



+ Q CLICKS

NÚMERO 11

www.placeweb.net

claro, todos los derechos reservados

Atención al Cliente 983 30 66 94

mail: calorter@gmail.com



CALORTER

servicio técnico calderas

INICIO

EMPRESA

MANTENIMIENTO

REPARACIÓN

INSTALACIÓN

CONTACTO

BIENVENIDOS A CALORTER

Instalaciones & Mantenimiento

gas, gasóleo, aerotermia y biomasa



mantenimiento



instalación / reparación



NEWSLETTER
PLACEWEB.NET

POSICIONAMIENTO • P. 2

La Voz del CEO • P. 2

MARKETING ONLINE • P. 3

Farmacia Vega Casero

Ortodoncia Eva Bustillo

¡ OFERTAS CLIENTES!

Diseño de Logotipos

New!

New!

EL PODCAST • P. 4

MARKETING OFF-LINE • P. 7

Noticias RRSS • P. 8

Apps y Webs útiles

Datos en la Red

OPINIÓN • P. 9

Canción del Pirata

Algo que Aprender

CALORTER Calefacción

DPTO. DISEÑO

CALORTER es la empresa líder en Valladolid en instalación de sistemas de calefacción profesional de gas y gasóleo, aerotermia y biomasa, tanto para uso particular como industrial. Una empresa con muchas décadas a sus espaldas que decidió dar el salto al mundo online.

En el diseño de su web quisimos alejarnos bastante de las webs del sector, que son aburridas, monótonas y todas se parecen a todas. Utilizamos un color fetiche para nosotros y que coincide con el que todo el mundo asocia a las bombonas de gas butano, tuberías de gas, etc.

Como son servicio oficial de muchas marcas en la provincia, tuvimos que dar cabida a todas ellas y a los servicios que prestan para las mismas. El resultado, una genialidad, como siempre. Ha encantado.

www.calortercalfaccion.com



POSICIONAMIENTO

DPTO. SEO

¿QUÉ ES LA INTENCIÓN DE BÚSQUEDA?

¿Qué diferencia hay entre intención de búsqueda y palabras clave? Cuando hablamos de palabras clave, nos referimos a las palabras que pone el usuario en el buscador. La información que espera recibir es la intención de búsqueda. A veces, os habrá pasado, lo que escribes en Google, no te da los resultados que esperabas, ¿verdad? Veamos los tipos de intención de búsqueda que se usan para trabajar el SEO:

- **Búsquedas navegacionales:** el usuario busca para resultados en el navegador, pero dentro de una web en concreto, p.e. altavoces bluetooth pc componentes
- **Búsquedas transaccionales:** implican que el usuario quiere hacer algún tipo de compra o transacción, p.e. hotel en el centro de Bilbao, fontanero en Palencia, etc.
- **Búsquedas informativas:** el usuario busca información concreta sobre algún tema, p.e. cómo hacer un bizcocho de chocolate



vivir de un posicionamiento orgánico como tal lleva no menos de 18 meses. No existen los métodos milagrosos, así que vas a necesitar de un equipo que trabaje a largo plazo y mucha paciencia.

la voz del CEO

NACHO

¿Cómo quieres empezar el 2021? Finaliza un año duro donde han desaparecido muchos negocios, otros han sobrevivido más o menos y unos pocos han crecido durante la pandemia. El 2020 se llevó por delante los negocios de la gente que no estaba preparada para vender online y que seguía trabajando como en el S.XX.

El S.XXI exige una flexibilidad y una conectividad que no es opcional. Ya no. Los pequeños negocios tienen que digitalizarse si pretenden sobrevivir, puesto que la pandemia ha traído la aceleración de las compras online, con una edad media de 54 años. Un salto generacional enorme en tan poco tiempo. Nos espera un 2021 donde se recuperará la venta física, pero ya no será lo mismo. La combinación de ambos mundos será un hecho. Es un hecho. Y, al igual que en los negocios físicos se confía en los profesionales, en el mundo digital no se puede ir de la mano de cuñados, conocidos o sobrinos.

Os deseo, en nombre de PLACEWEB, un próspero y feliz 2021 y os invito a contactarnos y entrar en el año nuevo de la mano de mi equipo.



2021 te exige una
digitalización
profesional del negocio

"LA BUENA NOTICIA DE HOY ES QUE LA MAYORÍA AÚN NO
TE CONOCE Y TODO TIENE ARREGLO" ¡LLÁMANOS!



farmacia en Arroyomolinos

Arrancamos la gestión de unas nuevas redes sociales para farmacia en Arroyomolinos (Madrid). Agradecemos a Vega su confianza. Comenzamos casi desde cero en Facebook e Instagram. Nuestro departamento de farmacia ya gestiona varias farmacias de punta a punta del país. ¿Hablamos de las redes sociales de tu empresa o negocio?



diseño de logotipos online

Muchos clientes nos piden logotipos para sus webs. El logotipo de tu empresa es lo primero que mucha gente va a ver de tu negocio y es una de las piezas fundamentales de tu **imagen de marca**. Su diseño ha de ser meditado y no puede dejarse en manos de personas externas al mundo del marketing empresarial, puesto que ha de realizarse teniendo en cuenta todos los aspectos que distinguen a una empresa. Nuestro departamento de diseño trabaja conjuntamente con el de **marketing online**, por lo que nuestros diseños, cada uno personalizado, transmiten el mensaje apropiado. ¿Hablamos?

La Doctora Eva Bustillo nos ha confiado un nuevo diseño para su web, con el fin de transmitir mejor sus servicios clínicos de ortodoncia avanzada en Madrid.

OFERTAS

www.madicur.es lanza en su tienda online los regalos más originales en cuanto a alta cosmética se refiere.

www.identikatrujillo.com os ofrece todos los perfumes del mercado a precios que sí te puedes permitir para regalar.

www.vilecipo.com os trae la oportunidad única de tener electrodomésticos nuevos al mejor precio y puestos en casa.

www.editorialcazador.com llena de magia y lectura este mes con sus colecciones de libros súper originales.

www.turincondecomprar.com te trae 21000 productos al mejor precio para que no te falte de nada estas fiestas.

www.ludostreet.com lanza sus productos para PlayStation, Xbox y Nintendo a precios imbatibles. Además, un montón de gadgets para automóvil que son el regalo ideal.



ARMAS CONTRA LA COMPETENCIA

el podcast...



NACHO

BUSINESS

¿Te gusta escuchar música o la radio mientras trabajas, conduces, haces deporte, etc.? Pues es de lo que se aprovecha el Podcast para generar audiencia para tu empresa o negocio y para atraer visitas a tu web y blog. Un arma de marketing que está creciendo como la espuma y que, como todo, necesita de planificación. Veámoslo un poco más de cerca.

Un podcast es un programa de radio online a la carta con una temática definida. Ya hay podcast de casi todo y puedes escucharlos desde las webs o blogs de quien los crea (que es lo ideal) y también desde iTunes, Spotify, Google Podcast, iVox, etc.

Generarás más visibilidad, te diferenciarás de la competencia, la gente te verá como experto en el tema que trates, te soltarás a hablar y aprenderás mucho al crearlo porque la gente te pedirá que desarrolles algún punto de tu trabajo. Ganarás más confianza en ti mismo para poder realizar entrevistas y ofrecer contenido de valor sin preocuparte de que salga todo perfecto (lo cual es imposible) y puedes llegar a mucha más gente y durante más tiempo, porque la gente te escuchará en mil situaciones distintas.

Por el contra, como siempre, necesitarás tiempo para crearlo en todos los sentidos. La gente del podcast no puede ver tu web mientras lo escucha, porque estará haciendo cualquier cosa y las visitas irán llegando cuando ya tengas unos cuantos capítulos hechos, así que no esperes que aumenten de entrada. Si consigues que los oyentes te pongan reseñas en iTunes, etc. será a mejor manera de posicionar tu podcast para ganar más oyentes.

Cuando arranques con un podcast, conviene hacer una campaña en Facebook Ads o Twitter Ads de unos 100€ para ayudar a darlo a conocer. Y, cómo no, habrá que trabajar un poco el SEO para el mismo.



Primero tienes que elegir la temática, que es algo que tienes fácil, porque ya te dedicas a algo, ¿verdad? Después, tienes que contar con un equipo de grabación y edición, y por último tendrás que darlo a conocer a la gente.

El podcast te permite llegar a la gente de manera muy directa y, si no eres de salir delante de la cámara, te ofrece la posibilidad de quitarte eso de encima y desembarcar en el mundo del marketing online con fuerza.

Unos consejos sobre material necesario:

Micrófonos: desde el más barato para probar o uno USB, por ejemplo, el RODE NT USB, si ya vas en plan serio con el proyecto, que ya trae filtro pop y lo usa bastante gente. Lo importante es que generes contenido útil, como decimos siempre.

En cuanto al ordenador, mientras lleve un i5, nos vale, a ser posible que no sea de sobremesa por el tema del sonido de los ventiladores.

Para grabar y editar el sonido, puedes usar Audacity, que es un software al uso para ello y que da buenos resultados.

¿Cómo elegir la temática del Podcast?

Pues tenemos que decirte que primero necesitas un blog. Es el paso previo obligatorio antes de tener un podcast y, además, bien llevado. La temática del podcast tiene que estar relacionada con la del blog, para que tu argumentario de ventas tenga coherencia y te pueda encontrar en varios formatos.

Tienes que pensar en tu público y qué contenido puedes aportarle en formato audio, de qué manera puedes ayudarles. Es preferible tener una temática especializada más que una general. Céntrate en tu trabajo, por ejemplo. La gente quiere escuchar siempre la opinión de un experto. Nadie mejor que tú sabe qué recomendar, cómo explicar tu trabajo, qué consejos ofrecer, etc.





¿Qué nombre le ponemos?

Pues un nombre que llame un poco la atención. Es importante meter alguna palabra clave porque las plataformas te van a posicionar según los títulos principalmente, aunque también según la descripción que pongamos del asunto del Podcast.

Anota los nombres que se te vayan pasando por la cabeza y pregunta a la gente cuál es el que más les llama la atención. Si ya tienes seguidores en tu blog o en redes, puedes preguntarles sobre si les interesaría un podcast y qué título les gustaría más.

Créate una lista con los posibles 9 primeros episodios que podrías crear y quizá te surja una idea para el título. Revista los posts del blog y reutiliza sus contenidos para tus contenidos, porque explicándolos de voz lo vas a decir de distinta forma que en el blog. No pongas nombres en inglés.

¿Cómo elegimos la portada y la música de entrada?

La música no es obligatoria, pero la portada sí. Es tu carta de presentación. El tamaño tiene que arrancar en 1400 x 1400 píxeles (y mejor aún 3000 x 3000 px). Si eres cliente nuestro, te echaremos un cable con tu portada. En www.spreaker.com puedes ver las portadas de un montón de podcast, donde verás que puedes usar iconos, tu logo o fotos tuyas, etc.

Respecto a la música, www.freemusicarchive.org es una buena opción para elegir música libre (si vas a generar ingresos con tu podcast, necesitarás comprar los derechos de la música en estas plataformas, si no, no hace falta).

¿Aún con dudas?

El Podcast se ha convertido en un arma muy potente en el marketing actual. No deja de crecer y cada vez son más las plataformas que los ofrecen (aunque los inventase Apple, ya están en Spotify, ivox, etc.) y aún es un campo en ascenso, que no ha tocado techo. Estás a tiempo de embarcarte en esta aventura, si te gusta hablar de tu trabajo. Una gran forma de crear comunidad y de hacer crecer tu prestigio como profesional como marca.

Monetización

Aún casi no hay anuncios en los podcast, por lo que patrocinarlos o anunciarte es muy barato. Tienen la ventaja de que su audiencia ya está cribada. Imagina un podcast sobre belleza, o uno sobre la pesca, videojuegos, etc. Anunciarse en ellos implica que no hay que hacer el esfuerzo de buscar a toda esa gente. Quizá las marcas que vendes quieran anunciarse en el tuyo.

Oportunidad

Lo es, no lo dudes. Aún estás a tiempo de embarcarte antes de que se sature el mercado. ¿Hablamos?



El marketing off-line... ¡sí!

JOKIN

El marketing online (el tradicional) no ha muerto. Y nosotros seguimos recomendándolo para según qué negocios y qué fines. Ahora que todo el mundo ha abandonado el correo postal (menos los que nos envían facturas...), es el momento de sacarle jugo...

Cada vez más empresas descubren lo bueno del mundo online, pero el off-line es complementario. Son dos piezas que tienen que encajar. Una no sustituye a la otra. Suman juntas.

Seguimos recomendando cosas como el buzoneo. ¡No estamos locos! Según ciertas necesidades, es una gran ayuda. Aunque ahí sí que tiene mucha importancia el diseño. Lo que en una story pasas con un dedo, en el buzoneo acaba en la basura, o no... como en el caso de la story. Todos los impactos publicitarios son buenos. Un flyer con una dirección web, hará que las personas interesadas acaben en esa web y para entonces, quizá hayan recibido tu publicidad en redes sociales también.

No decimos que todo el mundo tenga que hacer buzoneo. No. Pero en ciertas ocasiones, vale. Y ojo, el buzoneo puede realizarse con cartas, no con flyers, porque las cartas las abres sí o sí, ¿verdad?. Hoy en día, recibir una carta, es algo extraño... si no es una factura. Y si está escrita a mano, o con algún detalle a mano... no te quiero contar, aunque sea el nombre y dirección de la persona en cuestión. Usa papel reciclado por aquello del compromiso con el medio ambiente.

Cada sector tiene sus diferentes matices, por eso insistimos en que toda acción de marketing tiene que pertenecer a una estrategia de marketing prediseñada. Otro ejemplo de marketing es una acción viral, pero off-line. Imagina que en un restaurante o en tu negocio físico, mediante un juego, ganen el menú gratis o algo gratis. ¿Qué crees que van a hacer si les toca? Sí, subirlo a sus redes sociales. Como ves, las acciones off-line también sirven para complementar las técnicas de marketing online. Y aunque solo lo suban 5 personas de 100, imagina la publicidad gratis que te estarán haciendo.

Por lo tanto, no te olvides de todo lo que funciona en el mundo off-line. Una agencia de marketing debe de buscar siempre las vías adecuadas para sus clientes y nosotros nunca hemos descartado nada con tal de llevar el mensaje al público objetivo. Llamadnos rebeldes...

Nos encanta el marketing. Si estas líneas te han servido para sacar ideas o para replantearte el marketing de tu negocio, misión cumplida. Y si necesitas ayuda con ello, aquí nos tienes. ¿Hablamos?

INSTAGRAM:

- va a subtítular automáticamente los vídeos en directo
- están probando el directo con 4 personas a la vez
- podrás hacer una publicación solidaria con donaciones

Google Maps:

- Se crea la función feed para subir las recomendaciones que hagan los usuarios.

FACEBOOK:

- estrena una sección Gaming para directos copiando a Twitch

Google Photos:

- en junio de 2021 pasará a ser de pago (muy feo...)

YOUTUBE:

- se podrá hacer un comentario en un momento concreto de un vídeo

LINKEDIN

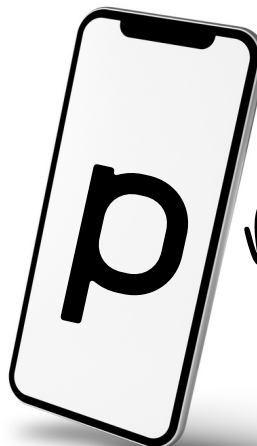
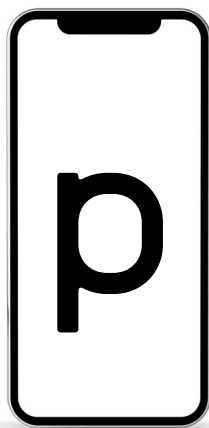
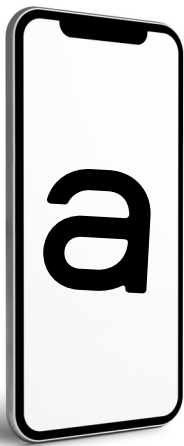
- deja elegir quién puede responder a los posts

TWITTER:

- en 2021 abrirá la verificación de cuentas
- introduce las stories (fleets)

TELEGRAM:

- Siri ya leerá los mensajes de Telegram y prepara las salas de chat grupales.



FIRESHOT: extensión de navegador para hacer capturas.



SPARK: uno de los mejores gestores de correo que hay.



STELLER: comunidad para crear y compartir stories para redes.

**webs interesantes:**

- **www.photopea.com** editor fotográfico online, profesional y gratuito que os sacará de más de un apuro sin tener que pagar licencias. Probadlo y nos contáis.

**datos, datos:**

- streamer con más horas vistas en Twitch España: Ibai Llanos, que cobra 1.4 millones de dólares
- sólo el 52,9% de las empresas españolas usan medios sociales
- del total de empresas que tienen Internet, solo el 78,2% tienen sitio web y sólo el 26,7% invierten en publicidad dirigida

¿instagram shopping?

JOKIN

Hasta ahora, la gente va a Instagram a mirar: mezcla entretenimiento con ventas, a las que se unen los influencers que redirigen a la gente hacia los perfiles de las empresas. Por eso es importante saber jugar a Instagram con sus normas, con lo que quiere que hagas.

Por lo tanto, va a haber que empezar a meter productos y servicios en Instagram. Tenemos las stories, stories destacadas, feed, Instagram tv, las guías de Instagram, etc. Las guías de Instagram son otro tipo de publicación que nos deja recomendar cosas: publicaciones de otros o las nuestras, productos o lugares.

Un Community Manager de empresa, hoy día, tiene que tener en cuenta todas las posibilidades de Instagram para manejar el marketing de la empresa. **Instagram quiere ser un centro comercial.**

La Canción del Pirata...

JOKIN

Volvemos a soltar andanadas contra los piratas de turno. Otro caso más de web con el método de te la hago en Wordpress y como sé que no tienes ni idea, te cobro por cada cambio, en lugar de ofrecer un mantenimiento anual de contenidos. Muy típico de este país, sablear permanentemente a la gente.

Por otro lado, tenemos a los reyes del infierno: ionos o 1&1, que es lo mismo. Son capaces de cualquier cosa con tal de no soltar un dominio o de que alojes tu web con ellos. Un ejemplo: quieres redireccionar un dominio fuera... "es que te tenemos que enviar un archivo para que el certificado SSL salga en el otro servidor". Pero, ¿qué c...?. Ni se os ocurra entrar ahí.

Algo que Aprender

NACHO



Los milagros no existen en Internet:

Montar un negocio online tiene el mismo trabajo a nivel de marketing que montar uno físico. Y se tarda lo mismo en comenzar a vender, salvo que te sobre el dinero, claro...

MARKETING



el poder del marketing

Esta imagen resume perfectamente la importancia de contar con marketing profesional para tu negocio. Es la diferencia entre ser uno más del montón o tener carácter propio.



Deja de vender y comienza a ayudar.

¡síguenos!

