



+ Q CLICKS

NÚMERO 15

www.placeweb.net
claro, todos los derechos reservados



PIZZERIA & HAMBURGUESERIA VALLADOLID



Home

Pide Online

Menú

Ofertas

Contacto

983 32 09 09

13:30 - 16:30 / 19 - 23:30

-50% pizzas código: 50

-40% pedido código: 40

Pizzas online

masa fresca y los mejores
ingredientes

PIDE ONLINE ✕

suscríbete a nuestras ofertas

Email *

Pizzería D'Vicio

DPTO. DISEÑO

No es fácil reinventarse, pero con nuestra ayuda todo es posible. Así hemos hecho con la nueva Pizzería D'Vicio en Valladolid (que antes pertenecía a una franquicia), que cuenta con un equipo estratosférico que ha querido darle un giro de 360° al sector de la comida a domicilio.

Además de alejar su imagen de una franquicia, la nueva plataforma les permite crear zonas de reparto vía código postal o mapa, que la tienda abra o cierre automáticamente, seleccionar todo tipo de ofertas y cupones, crear menús independientes, reservar mesas, mostrar la carta completa de un vistazo y un sinfín de opciones para hacerles la vida más fácil, rechazar pedidos y controlarlo todo desde el móvil.

Echa un vistazo a www.pizzadvicio.com

¡ vamos !

NEWSLETTER
PLACEWEB.NET

POSICIONAMIENTO • P. 2

La Voz del CEO • P. 2

MARKETING ONLINE • P. 3

Miel Los Arcillares

Baimara

Aceites Olivium

Escape Room

New!

New!

qué ofrece TWITTER • P. 4

Las RR.SS. en cifras • P. 7

Noticias RRSS • P. 8

Apps y Webs útiles

Datos en la Red

OPINIÓN • P. 10

Canción del Pirata

Algo que Aprender

POSICIONAMIENTO

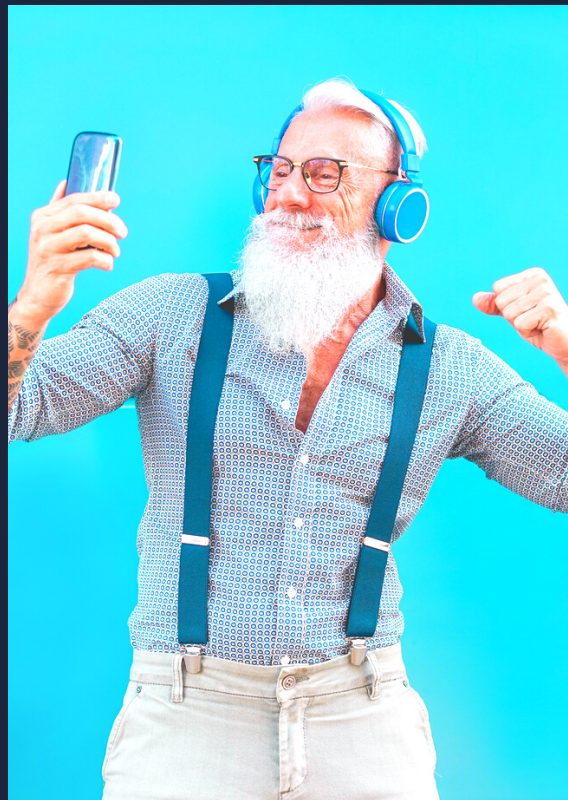
POSICIONAMIENTO DE TODA LA VIDA

DPTO. SEO

Si bien hay que tener toda la presencia online planificada, la offline no hay que olvidarla. No nos cansamos de decirlo, porque ha funcionado toda la vida: desde el boca a boca a los flyers (somos fans). Aplicar marketing digital sin saber del marketing de siempre es como querer pintar cuadros en una tablet sin haber cogido un pincel en la vida.

En los negocios locales cobra más importancia no abandonar los métodos de siempre para darse a conocer. Ya os dijimos en marzo que llegaría el verano y las ventas bajarían mucho debido a las ganas de salir de la gente. Así pasó, menos para los que tiraron flyers a nivel local.

Google Maps está muy bien, pero mejor está que hable de ti la gente. ¿No os ha pasado eso de ir a un pueblo y preguntar a los paisanos por un sitio bueno y barato para comer? Pues no perder la esencia local es tan importante como tener una presencia online perfecta y profesional. Si necesitas asesoría, aquí nos tienes, no lo olvides.



Si algo nos caracteriza, es no perder el contacto personal con nuestros clientes y es una de las cuestiones que cuentan a la hora de posicionar al viejo estilo. A la hora de vender, nunca descartamos el marketing de siempre para nuestros clientes.

CEO

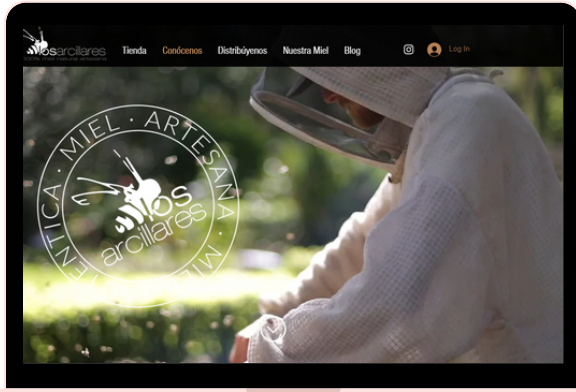
¡OJO! hora de invertir en imagen de marca

En momentos de arrancar un proyecto, en épocas de crisis, **no se puede ser tacaño** a nivel de imagen. Durante la pandemia hemos visto negocios que se fueron a pique por no haberse embarcado a tiempo en el mundo online, por no haber establecido una estrategia online acertada o, simplemente, por no haberle hecho ni caso años antes. Lo volveremos a vivir en la siguiente crisis que venga... y vendrá, no lo dudes. No es alarmismo. Es la lección que deberías haber aprendido ya.

Es el momento de **invertir en imagen profesional de marca**. Y no ya hablo solo del logo, sino de fotografías para tu negocio. Gástate el dinero en que un profesional haga fotos del equipo, del local y hasta de los productos. Es una de las cosas más importantes que hay que hacer hoy en día en el mundo online. La diferencia es abismal a todos los niveles. Tu imagen vende por ti a distancia. Estamos cansados de recomendarlo.

No seamos cutres, porque a la larga **lo gratis es perjudicial para el negocio**. Fotos cutres de producto o del personal de una empresa... tiran por el suelo todos los esfuerzos realizados a la hora de diseñar una estrategia de marketing.

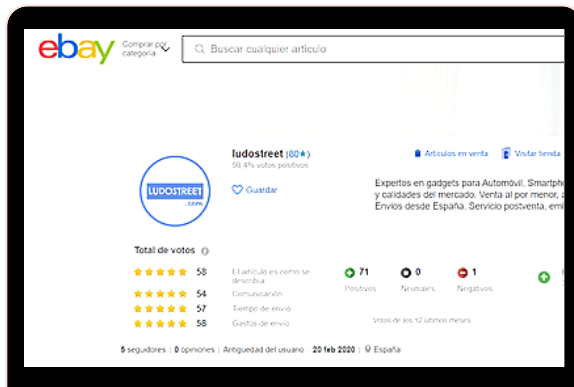
"LA BUENA NOTICIA DE HOY ES QUE LA MAYORÍA AÚN NO TE CONOCE
Y TODO TIENE ARREGLO" ¡LLÁMANOS!



miel Los Arcillares

Entre otros muchos clientes de SEO, este mes nos vamos a fijar en la web de Miel Los Arcillares, con la que vamos a empezar a trabajar en breve para mejorar su posicionamiento. Por de pronto, ya podéis entrar en su web y comprar miel artesanal, ecológica y sostenible, que os pondrán en casa en un santiamén. Repetiréis seguro.

<https://www.miellosarcillares.com>



ebay LUDOSTREET

Todo negocio que se precie quiere tener sus productos en buena posición, ¿verdad? Y eso se extrapola a los marketplaces como ebay, donde nuestro cliente LUDOSTREET.COM tiene una de sus plataformas de venta nacional e internacional. Nuestra misión aquí es lidiar con el algoritmo de ebay para mejorar el posicionamiento de cada producto. ¿Locura? No tanta. Ya podéis echar un vistazo a su tienda en ebay: <https://www.ebay.es/usr/ludostreet>

Podcast

Tras el verano, retomamos nuestro podcast semanal con el que pretendemos ponerte al día de este mundillo tan Fenicier. Busca **Marketing Fenicier** también en Spotify y Apple Podcast, además de en la web y, por fin, en FACEBOOK podcast.

Scape Room

Si quieres ver en primicia la nueva web de juegos de mesa Scape Room que hemos preparado para nuestro cliente Dreams of Dragon, ya puedes acceder desde aquí.

baimara.com

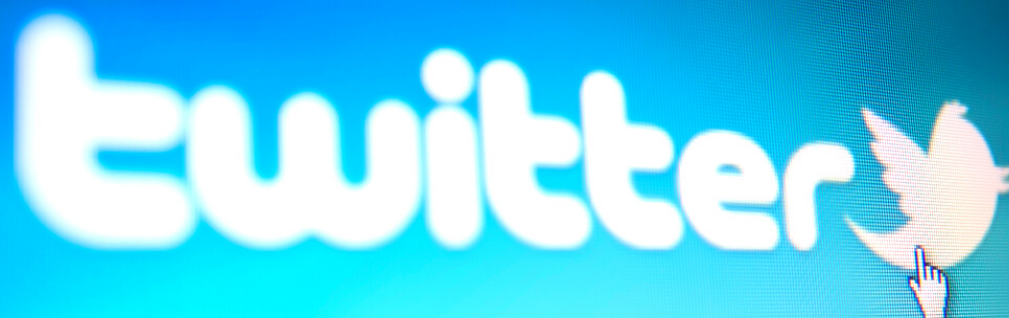
En www.baimara.com lo tienen claro y nos han confiado cambios en su web y mejorar su posicionamiento, así que nos ponemos manos a la obra. Sus productos lo merecen.

Aceites Olivium

Nuevos emprendedores que arrancan nuevo negocio centrado en el aceite de oliva, que pronto verá la luz y del cual os tendremos informados, puesto que nos encargaremos de su SEO. www.aceitesolivium.com



qué te ofrece...



The best way to discover what's new in your

SOCIAL MEDIA

NACHO

Si ya en su día hablamos de si Twitter era ideal para tu negocio o no (nº2), hoy vamos a hablar sobre qué ofrece Twitter a sus usuarios.

Un poco de contexto sobre esta red social:

- El logo de Twitter se compró por 15 dólares en un banco de imágenes. El primer tweet se lanzó el 15 de marzo de 2006 y fue la primera en utilizar hastags (en 2007). Nació con 140 caracteres y luego pasó a 280, y no cuenta los links como caracteres.
- El 20% de los usuarios publica el 80% de los tweets. 1300 millones de cuentas creadas, pero sólo 353 millones de usuarios activos. El 68% son hombres y el 32% mujeres, dato importante a nivel estratégico.

Sabiendo que a nivel de marketing, el banner, logo, descripción con palabras clave, link, etc. tienen que estar cuidados y estudiados, cosa que no hace nadie... veamos qué nos ofrece Twitter a la hora de publicar contenido:

Los **tweets** son el contenido fundamental de Twitter y se puede elegir quién va a ver la publicación.
¿Qué se puede poner en un Tweet?

1- una imagen, la cual puede llevar una descripción alternativa, que es importante para Google y el posicionamiento. En esa foto se puede etiquetar otra cuenta.

2- un vídeo, que según sea tu cuenta, podrá tener una duración u otra (mejor subirlo directamente que coger el enlace de YouTube).



3- hilos de tweets que permiten organizar noticias por temas. Un hilo de tweets son tweets dentro de otro tweet. Imagina fijar un tweet arriba del todo que sea un hilo donde recojas cierto tipo de noticias u ofertas. encuestas para contestar de forma anónima.

4- un .gif para darle vidilla

5- puedes retuitear algo de otra persona, es decir, publicar en tu cuenta una publicación de otra cuenta. Podemos añadir la ubicación desde donde se ha publicado.

6- una encuesta anónima para tus seguidores

Los **Fleets** son las stories de Instagram, pero más básicos.

Voices permite meter audios en un tweet. No lo usa mucha gente, pero lo que no usa la gente es ideal.

Live Video para hacer vídeos en directo y complementar un tweet.

Spaces son las salas de audio, de pago (si tienes 1000 seguidores, no has sido penalizado y has hecho 3 salas gratis en los últimos 30 días) o gratis. Está muy bien hecho y compite con Club House, Spotify, Telegram, etc.

Momments es una especie de álbum donde recoger lo que te vaya interesando.

Se puede hacer una **newsletter** con Revue (empresa recién comprada). Es muy parecido a MailChimp y gratis.

studio.twitter.com es la opción de poder editar contenido multimedia desde dentro de Twitter. Sólo está disponible para ciertas cuentas.

publish.twitter.com genera códigos para incrustar una web, un botón, etc. en un tweet.

devolper.twitter.com es su zona para desarrolladores.

Ahora ya podemos compartir un tweet en las stories de Instagram. Además, selectivamente, para monetizar, se puede enviar dinero a gente que haga buen contenido a través del tarro de propinas mediante Patreon, Paypal, etc.

Las listas de Twitter organizan las cuentas que sigues por temática, al gusto: noticias, deportes, tecnología... Tú le pones el título y añades las cuentas que quieras a cada lista.

Twitter Ads es la cuenta de anuncios de Twitter, para los casos en los que interese. Por ejemplo, Apple tiene millones de seguidores y no tiene ni un tweet. Sólo hace anuncios.

twitter +...

Ya sabes que Twitter no es para todo el mundo a nivel de negocio, salvo que generes noticias frecuentemente, y que su audiencia es la más limitada de todas las redes sociales (en España unos 4 millones).

Si tus publicaciones van dirigidas a empresas, los días laborables son los indicados para publicar. Por el contrario, si van dirigidas a consumidor final, consumidor medio, los fines de semana los aprovecharás más.

Las mejores horas para publicar son las 12 del mediodía, las 3 de la tarde, y entre las 5 y las 6 de la tarde, así para comenzar. Obviamente, luego tendrás que analizar las estadísticas para ver si tienes que corregir estos horarios. Si tu público es empresarial, a primera hora de la mañana o la hora del café son también buenas horas.

Una de las mejores maneras de mantener la regularidad en las publicaciones es programarlas, cosa que permite Twitter. Puedes dedicar un día a programar toda la semana y te olvidas. Hay herramientas como Tweetdeck que te permiten gestionar desde el ordenador las cuentas de Twitter que quieras, además de programar también las publicaciones.

La gran pregunta, **¿cómo ganar seguidores en Twitter?** Mucho trabajo y estos consejos:

Para que el amigo algoritmo y la gente te den difusión, tendrías que publicar unas 4 veces por día más o menos. Vaaaaale, te contamos qué publicar:

- una publi sobre contenidos de tu blog o web
- dos tweets interactuando con la gente (preguntas, encuestas, etc.)
- una publi retwiteando o recomendando alguna web interesante del sector u otra cuenta de Twitter.

El truco de ver qué tweets les funciona a tu competencia, siempre funciona. ¡Que te lo den hecho! Buscar cuentas con muchos seguidores de la misma temática, cuentas con contenidos interesantes te guiará por el buen camino. Retwitear noticias de gente referente en tu sector atraerá a nuevos seguidores, porque ese tipo de gente publica contenido útil. Técnica japonesa: copiar y mejorar.

Como decimos siempre en cualquier red social, no hay que obsesionarse con el número de seguidores, sino centrarse en ofrecer información útil (y no publicidad directa de la que la gente huye).

No compres seguidores, por favor. Gástate ese dinero en publicidad. Tu cuenta crecerá más despacio, pero ganarás en visibilidad real y gente interesada en tu negocio. Cuestión de sentido común.

Y si necesitas más ayuda o consejo, ponte en contacto con nosotros y te orientamos para que no pierdas tiempo y dinero.

Las RR.SS. en cifras 2021



- Usuarios: 2.740 millones.
- Tiempo de uso: 19.5 h/mes.
- Sexo: 44% mujeres y 56% hombres.
- Idioma: 50.4% inglés, 15.6% español.
- Se publica en promedio 2.7 veces al día.
- Tipo de formato: 35.6% imágenes, 15.1% vídeos, 47.2% enlaces y 2.1% estados.



- Usuarios: 738 millones.
- Tiempo de uso: 17 min/mes.
- Sexo: 44% mujeres y 56% hombres.
- Edad: 25-34 años (60%).
- Un 40% se conecta cada día.
- Se publican 2 millones de post, artículos y vídeos cada día.
- Hay 9 mil millones de impresiones de contenido en el feed de LinkedIn cada semana.
- En 2020 se incrementó un 60% el contenido generado por el usuario.



- Usuarios: 689 millones.
- Tiempo de uso: 52 min/día.
- Conexiones: 7 veces/día.
- El 90% de usuario accede al menos 1 vez al día.
- Edad: 16 y 24 años (41%).
- 5.000 descargas de la App/minuto.
- Más de 1 billón de vídeos reproducidos al día.
- El 68% sólo mira vídeos de otras personas.



- Usuarios: 17.5 millones al día.
- Sexo: 65% hombres y 35% mujeres.
- Edad: Centennial (41%), millennial (32%).
- 2 millones de visualizaciones por minuto.
- 63% de contenidos está relacionado con videojuegos.
- 90% de las emisiones en español tienen 3 o menos espectadores.
- En fin de semana hay un 7% más de espectadores y un 9% más de directos.



- Usuarios: 1.221 millones.
- Tiempo de uso: 10.3 h/mes.
- Sexo: 51% mujeres y 49% hombres.
- Edad: 18-34 años (63%).
- Se publica en promedio 1.7 veces al día.
- Tipo de formato: 64.95 fotos; 17.8% vídeos; 17.3% carrusel.
- Hashtags más usados: #love, #instagood, #fashion, #photoofherday y #art.



- Usuarios: 1.221 millones.
- Tiempo de uso: 10.3 h/mes.
- Sexo: 51% mujeres y 49% hombres.
- Edad: 18-34 años (63%).
- Se publica en promedio 1.7 veces al día.
- Tipo de formato: 64.95 fotos; 17.8% vídeos; 17.3% carrusel.
- Hashtags más usados: #love, #instagood, #fashion, #photoofherday y #art.

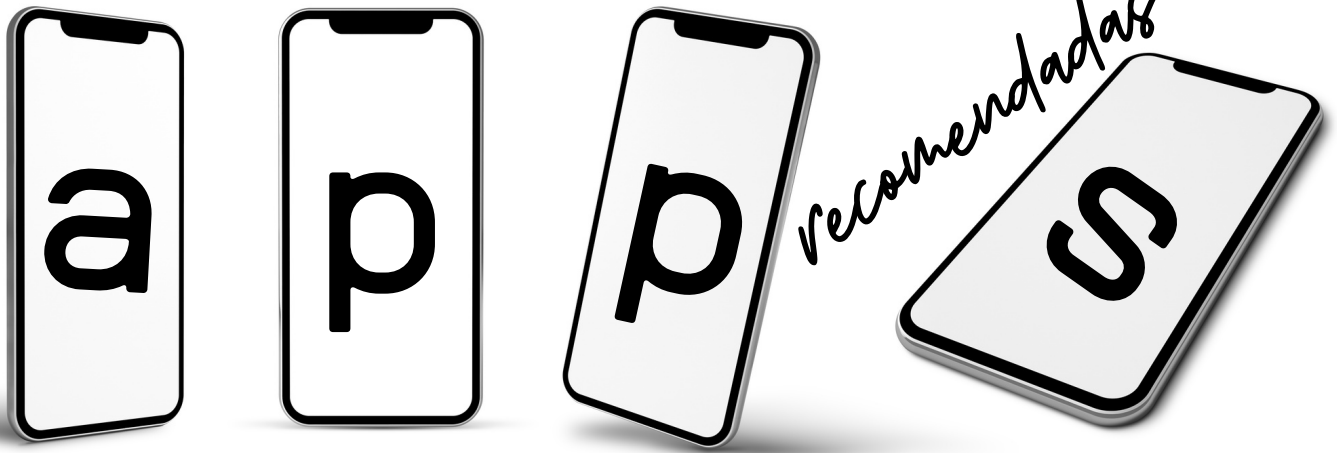


- Usuarios: 459 millones.
- Tiempo de uso: 14.2 min/día.
- Sexo: 77% mujeres y 23% hombres.
- Edad: 25-34 años (40.8%).
- Se visualizan cerca de mil millones de vídeos al día.
- El 56% de todos los usuarios activos interactúan cada semana.
- El 63% de los usuarios lo usa para descubrir nuevos productos.
- El 95% de las búsquedas no incluyen nombres de marcas.



- Usuarios: 2.291 millones.
- Tiempo de uso: 23.3 h/mes.
- Sexo: 46% mujeres y 54% hombres.
- Edad: 25-44 años (49%).
- Sesión media de visualización a través de móvil: 40 minutos.
- Cada minuto se suben 500 h/video.
- Las búsquedas de "cómo hacer algo" están creciendo un 70% año tras año.
- El vídeo más visto: "Baby Shark Dance".





ELCOCO la app que te asesora sobre la calidad de los alimentos



LASTPASS la app para guardar todas tus contraseñas



HIHELLO: app para llevar tu tarjeta de negocios en el móvil



webs interesantes:

- <https://www.fakenamegenerator.com> Si en el número anterior os pasaos un programa para generar rostros random, en esta ocasión os traemos otro para generar nombres y fichas completas de personas imaginarias.
- <https://www.pictalio.com> Descarga vídeos gratis para tus stories. Contenido distinto para tus seguidores.
- <https://pfpmaker.com> Una web para poder crear fotos de perfil de manera original, para todas tus cuentas de correo, redes sociales, programas, etc.



datos, datos:

La media mundial de carritos abandonados en tiendas online alcanza el 65%.
El 52% de los productos con promoción no suponen un aumento de las ventas.
En 1974 ya se desarrolló el "copy" paste para el primer editor de texto.
En 1984 salió el primer ratón inalámbrico.

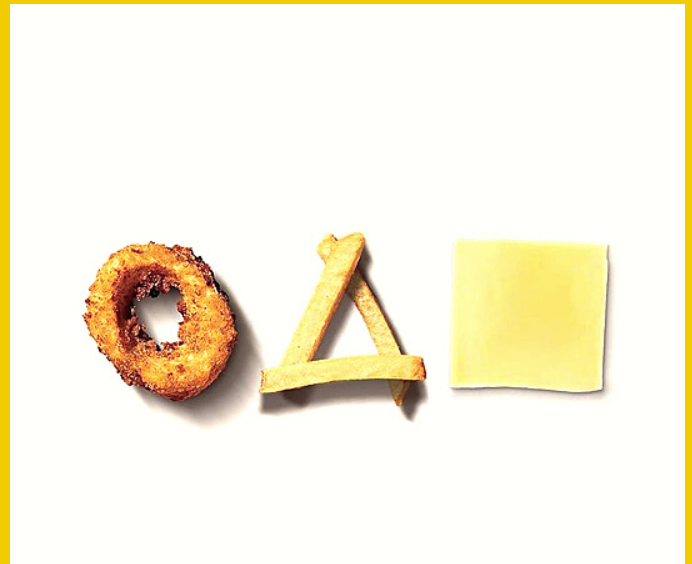
ser como los grandes...

NACHO

Hay muchos clientes que nos piden "parecer" una gran empresa para poder subir precios, tener más equipo, etc. y dejar de ser una start-up a nivel de imagen.

Además del desarrollo a nivel estético de la web, los contenidos son vitales. Aparentar sin contenido no vale para nada. La gente no es tonta. Invertir en contenidos interesantes y correctos es vital. Crear marca supone una inversión a largo plazo que no trae resultados directos ni inmediatos.

La gente tiene que saber quién eres para que tenga empatía con tu negocio. El contenido crea ese vínculo con la gente. Contenido real y cierto, sin inventos raros. Piénsalo bien.



el juego del calamar...

Siempre hay que aprovechar las tendencias a favor del negocio. Aquí una muestra de cómo trasladar los símbolos de la serie hasta un negocio de comida rápida.

La Canción del Pirata...

JOKIN

Hoy toca una canción de SEO. A 4000€ está el kilo para la última persona que ha acudido a nosotros. Es lo que le habían cobrado previamente por nada. Sí, nada es lo que habían hecho en la agencia de marras... Otra más que no tiene personal especializado y se mete a torear sin saber para aprovecharse de la gente.

Aún sigo sin entender para qué todo ese dinero de inicio si no se puede hacer apenas nada con esa cantidad (salvo intentar engañar al cliente metiendo publicidad en Google para que vea que está en la primera página). Otra más a la lista negra.

Algo que Aprender

NACHO



Aprovecha la guerra de los Reels de Instagram contra TikTok para publicar Reels, porque la visibilidad que tienen ahora mismo no la volveremos a ver en cuanto la cosa funcione...



Deja de vender y comienza a ayudar.

¡síguenos!

