



+ Q CLICKS

NÚMERO 8

www.placeweb.net
claro, todos los derechos reservados



Lucas & Ávila
CONSTRUCCIONES

INICIO

EMPRESA

RESTAURACIÓN

REFORMAS

OBRA NUEVA

CONTACTO

Llámenos: 608-103-956

- RESTAURACIÓN
- REHABILITACIÓN
- REFORMAS
- OBRA NUEVA

El gusto por la perfección, la calidad, la seriedad y nuestra profesionalidad nos han llevado a ser la empresa líder en trabajos de restauración y rehabilitación de edificios de patrimonio público y

Construcciones Lucas Ávila

DPTO. DISEÑO

Construcciones Lucas Ávila es una empresa especializada en restauración de edificios antiguos e históricos. Además, realizan sus propias promociones inmobiliarias. Clase, prestigio y trabajos de prestigio que necesitaban de una imagen online acorde.

¿Cómo realizar una web donde se mezclen los edificios históricos con la nueva arquitectura? Pues no fue fácil. El proceso de diseño incluyó el logo de la empresa.

La necesidad de dar una imagen moderna supuso insertar elementos distintivos como piezas de construcción para niños e incluso piezas de lego, vídeos, además de una rigurosa selección de imágenes de los trabajos realizados por la constructora. La web está preparada para poder implementar nuevas áreas de trabajo y secciones extra. Un éxito.

www.construccionesavila.com



NEWSLETTER PLACEWEB.NET

POSICIONAMIENTO • P. 2

La Voz del CEO • P. 2

MARKETING ONLINE • P. 3

Editorial Cazador
Farmacia Carracedo
Perfumería Online
Farmacia Pontevea
Tu Rincón de Comprar



EXPERIENCIA DEL CLIENTE • P. 4

LOS LÍMITES DE INSTAGRAM • P. 6

Noticias RRSS • P. 7
Apps y Webs útiles
Datos en la Red

OPINIÓN • P. 8

Canción del Pirata
Algo que Aprender

POSICIONAMIENTO

DPTO. SEO

Hoy os vamos a hablar brevemente de parte de los factores, hay más de un centenar, que influyen en el posicionamiento web. Vamos a ver unos pocos que sí son controlables por nosotros, por así decir.

-**Rastreabilidad:** los enlaces internos de la propia web, backlinks, el mapa del sitio, si los robots de los buscadores encuentran bien los contenidos de la web, etc.

-**Mobile First Index:** Google se fija primero en la versión móvil de tu web para dar los resultados de búsqueda y posicionar tu sitio web.

-**Enlaces Internos:** hacen que Google descubra las páginas que enlazamos y que se usan también para traspasar "fuerza" desde la página de inicio a otras que nos puedan interesar de nuestra propia web. De ahí la importancia también de los textos ancla (los textos que pinchas y te llevan a otro lado) y de cómo estén redactados.

-**Web Performance Optimization:** velocidad de carga, sobre todo en móviles. Conviene analizar la velocidad de carga de todas las url importantes de la web.

-**CTR:** tasa de clicks de los resultados de búsqueda. A más clicks hagan cuando te encuentran, mejor.



Desconfía de quien te quiera vender ventas y resultados económicos con un plan de posicionamiento a corto plazo o con un método milagroso. Y si encima es a un precio "ganga", tirarás el dinero sí o sí.

la voz del CEO

NACHO

Estamos viviendo una situación donde la inversión se ha detenido porque todo el mundo está a la espera de posibles rebrotes de coronavirus. Eso lleva a que los negocios no contraten nuevo personal y estén funcionando con el personal imprescindible, mientras se espera un otoño calentito en lo laboral.

Nosotros estamos preparando a nuestros clientes para afrontar cualquier situación, potenciando su presencia online y la experiencia de sus clientes. También son muchas las empresas que estamos recibiendo estos días que no quieren esperar de brazos cruzados y han decidido apostar por trasladar parte de su negocio a la red.

La edad media del comprador online se ha elevado a 54 años este confinamiento. El salto de generación se ha acelerado, por lo que es cierto que los usos de compra de los usuarios han cambiado. ¿Cambiamos juntos? ¡Llámanos!

profesionalizar la
presencia online o
desaparecer

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



Editorial Cazador

El nuevo diseño de la web de www.editorialcazador.com ha sido todo un éxito a nivel de ventas, por lo que para aprovechar el tirón también se han lanzado al mejorar su posición en redes sociales, donde ya nos hemos puesto a la tarea, creando una nueva imagen de marca y nueva forma de transmitir su mensaje. Un placer para todos que todo vaya tan bien.



Farmacia Carracedo

Siempre decimos que las tiendas online no venden solas. Esta farmacia ya contaba con tienda online (no nuestra), pero le faltaban unas redes sociales que la acompañaran, la diesen a conocer y creasen una comunidad de clientes y seguidores que la diesen ese empuje tan necesario hoy día, si uno no quiere gastarse una fortuna en publicidad, claro.

Comenzar desde cero en redes sociales requiere de tiempo y de una planificación de la estrategia online a llevar a cabo. En ello estamos y muy contentos por la oportunidad de demostrar nuestro trabajo una vez más.

PERFUMERÍA

Nuestro equipo de diseño está trabajando en una tienda online para una red de perfumerías a nivel nacional que ha decidido confiar en nosotros el desarrollo de su tienda online, que va a ser muyyyyy suya, eso seguro. Gracias por confiar en nosotros.

OFERTAS

La tienda online de turincondcomprar.com ha lanzado una serie de ofertas de verano que no podéis dejar pasar. Vuestro centro comercial online español con los mejores precios y un servicio de envíos súper rápido.

PONTEVEA

Iniciamos los trabajos para diseñar una nueva tienda online para nuestros amigos de la farmacia Pontevea, en Galicia.

Nuestro departamento de farmacia sigue ayudando al sector a adaptarse a la nueva era digital.

Disponemos de un equipo de trabajo dedicado en exclusiva al sector farmacéutico.



la experiencia del *Cliente...*



NACHO

BUSINESS

Hoy os vamos a hablar un poco sobre cómo mejorar la experiencia del cliente, eso que, a veces, se olvida. Hablar de experiencia del cliente implica **ser empático**. Una buena experiencia es una obligación, no una opción. Y hay distintas estrategias para avanzar en la buena dirección, que no siempre van por el buen camino. Vamos con unas **pistas** a este respecto:

- Durante la crisis de la burbuja inmobiliaria, el 87% de las empresas siguieron una estrategia de precio. El resto usó una estrategia de diferenciación frente al cliente, que fueron los que sobrevivieron y salieron reforzados.
- El 86% de los consumidores está dispuesto a pagar más por una buena experiencia del cliente, pero solo el 1% de las empresas cumplen con las expectativas del cliente. Impresionante, ¿verdad?
- El 92% de los usuarios pagarían hasta un 40% más por un producto que genera un efecto positivo en la sociedad.

¿Qué es la experiencia del cliente? Pues lo que los usuarios piensan y sienten sobre cada uno de los puntos de contacto con tu empresa. Una mala cara de un solo empleado, tira todo el dinero invertido a la basura. Una desatención online también.

Tienes que tener claro que el usuario solo se preocupa de poder identificarse con tu marca, si los valores de la empresa le representan, si el producto le soluciona la necesidad, etc. Si, además, su experiencia con tu empresa es la ideal, tienes el futuro asegurado.



la experiencia del *Cliente...*

En cuanto a diseño web y de marketing, Apple es una gran referencia en la que fijarse en ese sentido. Somos súper fans desde siempre. Y, como a ellos, nos gustan los **diseños limpios, sin agobios, incluso en las tiendas online es algo que nadie hace**. Las plantillas de Wordpress, Shopify, etc. tienen la culpa. Odiamos las plantillas. Nos gusta el diseño y empezar desde cero cada diseño. Ciertamente que todo acaba pareciéndose a algo en esta vida porque está todo inventado, pero la personalización desde cero es la que te hace distinto del resto. Siempre. Insistimos en que el 90% de los clientes no necesitan Wordpress ni Shopify, Prestashop, etc.

Para mejorar la experiencia del cliente, hay que empezar por **mejorar la experiencia dentro de las propias empresas**, que deben ser facilitadoras de la motivación de los clientes y empleados. La empresa española sigue estando anclada en el pasado en cuanto a la experiencia del cliente y en cuanto a cuidar a sus empleados. ¿No os ha pasado que cuando vas a comprar algo o a pedir un servicio parece que os están haciendo un favor? Nada que ver con el trato que se ofrece al cliente en Estados Unidos. Queda mucho que aprender de los norteamericanos, guste o no guste. Es la realidad.

- Hay que tener un propósito fundamental positivo, que aporte algo positivo a la gente.
- Deja de "colocar" productos... y empieza a explicar cómo tu producto o servicio soluciona las necesidades del cliente.
- Liderazgo Consciente... ir delante y arrastrar al resto.
- Cultura Consciente... tolerancia al error dentro de tu empresa.

El **Spam** te aleja del usuario tanto offline como online, pero el 92% de las empresas lo siguen haciendo: comerciales pesados, banners en las webs, anuncios no deseados, etc. Los usuarios no quieren que les vendas. Ellos quieren comprar. Para ganarte el bolsillo del cliente, acabamos como empezamos: primero tienes que ganar su empatía.

Si necesitas una **estrategia de marketing** para mejorar la experiencia de tus clientes, no dudes en ponerte en contacto con nosotros y preguntar. Es el primer paso.





LOS LÍMITES DE INSTAGRAM

NACHO



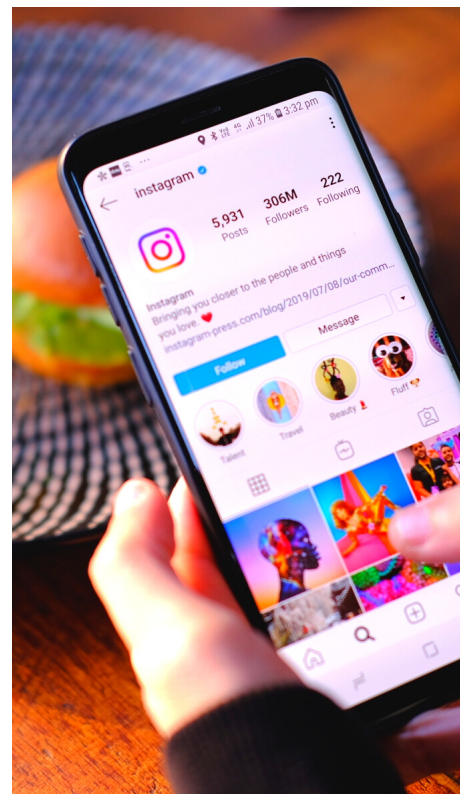
¿pero Instagram tiene límites?

Igual aún no habéis necesitado conocerlos, pero llegará el día que choquéis con ellos. Vamos con unas cifras:

- 30 hastags por publicación. A más seguidores tengas, menos hastags necesitarás poner.
- 20 etiquetas por publicación. Etiquetad con sentido...
- 7500 es el número máximo de personas que puedes seguir.
- 200 es el número de personas por hora que puedes seguir.
- 60 comenarios por hora son los que puedes hacer.
- 100 es el número de de likes por hora que tienes permitido.
- 100 stories por día es el límite que no puedes rebasar.
- Los vídeos del feed van de 3 a 60 segundos. Más tiempo en IGTV.
- El límite de IGTV está en 10 minutos para cuentas no verificadas y 60 para las verificadas.
- Los vídeo chats están limitados a 6 personas y en los directos sólo "caben" 2.
- El nombre de la cuenta puede tener hasta 29 caracteres.
- La Bio dispone de 150 caracteres para describir tu cuenta.
- El post o copy tiene un límite de 2200 caracteres. Pon las ideas fundamentales en los primeros 240...

INSTAGRAM VELA POR LA NATURALIDAD.

Si usas bots o compras seguidores... malo.



Instagram busca **naturalidad** y luchar contra los bots, la compra de seguidores y toda actuación artificial. La mejor estrategia siempre es proporcionar **contenidos útiles**. Siempre será mejor gastar dinero en promocionar posts que en comprar seguidores que nunca te comprarán nada.

Y recuerda: si necesitas ayuda contáctanos. Si no, recomiédanos!!

INSTAGRAM:

- ingresó 20 mil millones de dólares por publicidad en 2019 (1/3 de los ingresos de Facebook)

YOUTUBE:

- 15 mil millones de dólares en publicidad. YouTube Music llega a los 20 millones de suscriptores (113 millones Spotify, 55 Amazon, 60 Apple Music).

FACEBOOK:

- 2498 millones de usuarios activos al mes.
- Está preparando un espacio especial llamado Campus para estudiantes, vuelve a sus orígenes universitarios.

WHATSAPP:

- lanzó su sistema de pagos en Brasil, pero el banco central de dicho país se lo paró.

LINKEDIN

- 635 millones de usuarios activos ya.

TWITTER:

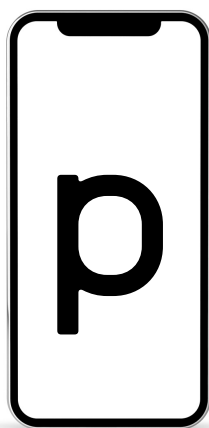
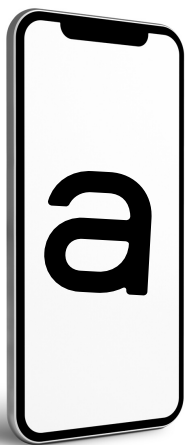
- Va a poner stories que solo podrás contestar por DM.

TELEGRAM:

- sigue siendo la mejor opción para empresas

TIKTOK:

- sigue creciendo imparable

**SHERPA ASSISTANT:**

Inteligencia artificial española que te traerá la info que necesitas cuando la necesitas.



HIHELLO: tu tarjeta de visita en formato QR y gratis. Una app imprescindible en tu negocio.



TUIGRAM: una app para que publiques tus tweets en Instagram.

**webs interesantes:**

- <https://www.ilovepdf.com/es/escritorio> una interesante web para los que necesitéis trabajar con documentos .pdf de forma gratuita. Muy útil.

**datos, datos:**

¿Cuánto cuesta ganar 1€ con la reproducción de música en streaming?

- 1612 reproducciones en YouTube Music
- 237 Amazon
- 253 Spotify
- 152 Apple Music

tu contenido...

NACHO

Si el contenido es el rey, la conversación es la reina. Intenta formentar la conversación: bien sea para que clicken para comprar, o darnos su opinión, etc. Contenido de valor, nada de rellenar por rellenar. Hay que fomentar una respuesta, no es un monólogo.

El contenido ha de ser directo, conciso, sin florituras de entrada, con una finalidad que hay que marcar antes de escribir. 70% de contenido funcional (recurrente), 20% de mucha calidad propio (que sabes seguro funciona) y un 10% de pruebas. No hay miedo a reutilizar ideas y contenidos al cabo de semanas... de los que han funcionado, claro. Hay que ser constantes. Cumple con los plazos, sean los que sean.

Todo esto también vale para escribir tus correos electrónicos: directo al grano sin usar el sensacionalismo en los títulos.



creativos sin fronteras

marketing de guerrilla: os traemos ideas de todo el mundo publicitario para fomentar la creatividad.

La Canción del Pirata...

JOKIN

No podemos resistirnos a la tentación de contaros el último intento de asalto a uno de nuestros nuevos clientes. Imaginad que queréis tener vuestra tienda online y os piden 9000€ sin inmutarse.

O que tenéis una tienda online desde hace tiempo y resulta que no tiene hecho el SEO. También puede darse el caso de que quieras cambiar tu cuenta de Facebook y resulte que tú no eres el administrador de la misma. Si estáis buscando servicios profesionales para vuestro negocio, por favor, fijaros bien antes y prestad atención a la transparencia de la empresa que queráis contratar. Casos así, por desgracia, son el día a día de gente con poca ética. Si conoces a alguien que necesite de nuestros servicios, no perderá nada por consultarnos.

Algo que Aprender

NACHO



Lección de sabiduría cibernética:

NO. Las tiendas no venden por sí solas. Hay una frase que dice: hay una línea muy delgada entre pescar y estar de pie en la orilla como un idiota. ¿Pescamos?



Nos encantaría que nos dejases tu opinión en redes sobre este número.

¡síguenos!

