

Redline

Número 9 - 2016

company

MAGAZINE



CARTA'DEL DIRECTOR

Lo que llevamos de 2016 ha estado lleno de emociones para Redline... ¡y de trabajo! Los proyectos no han parado de crecer, así que para que nos echaran un mano dimos la bienvenida a nuestro equipo a 3 nuevos miembros: la diseñadora gráfica Diana Rodríguez (vino para un beca y el tiempo se le pasó volando) y nuestros desarrolladores web Daniel Skinner y Alberto Gutiérrez.

También recibimos a nuevos clientes, algunos tan estupendos como el lujoso salón de belleza PureSkin, los especialistas en inversiones en Estados Unidos Prime Asset Investments, y el estudio de diseño interior a medida Femont Galvan, entre otros.

En este número también concluimos nuestro informe sobre la Hero Conference de Londres, explicando por qué es tan importante tener una web adaptada a los dispositivos móviles. Además, presentamos Rankbrain, el nuevo algoritmo de Google, hacemos un repaso a las ventajas del branding frente a la generación de leads y analizamos el "viaje del consumidor". Por último, te contamos cómo hemos ayudado a PureSkin con el lanzamiento de su salón y el diseño de su nueva página web.

De momento, eso es todo... ¡Disfruta de la lectura!

Un afectuoso saludo,

Line Lyster
Directora



¡Pasándolo genial con
el equipo de Redline!

ÍNDICE...



**RANK
BRAIN**
pág 8-9



**EL VIAJE DEL
CONSUMIDOR**
pág 20-24

**GENERACIÓN DE
LEADS ONLINE
VS. BRANDING**

pág 4-5



**EL MÓVIL
ES EL REY**

pág 12-15



Comparando la generación de leads online y el branding



Tu equipo de ventas está ansioso por conseguir leads que se conviertan en ventas (con la consiguiente comisión, claro). Y cuanto más rápido, mejor. Por supuesto tú, que eres el jefe, quieres sacarle partido a tu inversión. Así que puede que te estés preguntando por qué tus esfuerzos de marketing deberían estar enfocados especialmente al branding.

Es sencillo. En un mercado tan saturado como el actual, tener una estrategia de marca es fundamental para que tu empresa destaque. Si lo haces bien, puedes hacerte con una buena parte del pastel. La estrategia de branding define tu marca, le da consistencia, aumenta el grado de confianza y aporta valor a tu empresa.

Tu estrategia de branding define claramente la imagen de tu negocio, el logo, los colores corporativos, el eslogan y, lo que es más importante, la relación diaria con tu mercado. Afecta a todas las comunicaciones de tu empresa, ya sea en social media, un folleto, una página web, un vídeo, un anuncio o cualquier otro material de marketing. Un branding exitoso puede traducirse en que los consumidores estén dispuestos a pagar más por tu producto, simplemente por el valor añadido de la marca.

Una estrategia de branding es un plan a largo plazo para crear una marca de éxito y lograr diferentes metas. Tu marca es mucho más que un producto, un logo, una web o un nombre. Es un sentimiento que hace que tu empresa destaque frente al resto.

El primer paso para crear una marca con valores fuertes es definir un objetivo. Piensa en marcas como **IKEA, Apple o Nike**. Todas ellas tienen un objetivo bien definido.

¿Qué es una estrategia de marca?

La consistencia es la clave de una estrategia de marca, lo que significa que debes tener muy claro cuál es tu objetivo y aplicarlo en todas tus acciones de marketing. Coca Cola es un claro ejemplo de marca fuerte y consistente. Cada uno de los elementos de todas las acciones de marketing que llevan a cabo han sido diseñados con una visión global, para que funcionen en conjunto. El resultado es una de las marcas más reconocibles del mundo.

Así que cada vez que vayas a subir una imagen a Facebook, piensa antes si el mensaje que transmite es consistente con los valores de tu marca.





Como ves, una buena estrategia de marca afecta directamente a tu capacidad para generar leads... y esos nuevos leads pueden traducirse en ventas y más ventas.

La clave está en asegurarte de que tu estrategia de marca está bien planificada e implementada desde el principio. Una vez que ya tienes tu estrategia preparada, puedes poner en marcha una campaña online de generación de leads. Asegúrate de implementar los elementos definidos en tu objetivo en todos los elementos.

Emociones

El branding tiene mucho que ver con las emociones. El objetivo es manejar las emociones que tu target percibe cuando entra en contacto con tu marca, si está dispuesto a pagar por tu producto y qué grado de compromiso va a adquirir con ella.

SMART es un ejemplo de marca inteligente que ha sabido crear toda una cultura de pertenencia a la marca, de tal forma que la gente que tiene un SMART se siente parte de un "club". Los clientes de SMART son tremendamente fieles, y cuando se tienen que comprar un coche nuevo suelen repetir. Otro gran ejemplo es Apple. Creando una conexión emocional con sus clientes, Apple ha conseguido lo imposible: una legión de seguidores incondicionales. La fidelidad a una marca es un factor clave del éxito de un negocio.

Fidelidad de marca

Una vez que tus consumidores hayan conectado de verdad con tu marca, no dudarán en recomendar tus productos a sus amigos, convirtiéndose, así, en embajadores de tu marca. Tus clientes se identificarán con la cultura y valores de tu empresa. Si logras una gran fidelidad de marca, esta puede llegar incluso a transmitirse a distintas generaciones, lo que se traduce en más clientes.

¿Qué es la generación de leads online?

La generación de leads online es un término de marketing digital que hace referencia al registro de consumidores potenciales que muestran interés en la adquisición de un bien o la contratación de un servicio. https://en.wikipedia.org/wiki/Lead_generation

Cuando hablamos de generación de leads online, generalmente nos referimos a atraer compradores potenciales vía campañas PPC (pago por clic) en Google o social media. Los leads también se pueden generar de forma orgánica, optimizando las páginas webs y convirtiéndolas en herramientas de captación.

La generación de leads online debería ser la piedra angular de cualquier negocio. Crear una landing page y su correspondiente campaña PPC es uno de los métodos más efectivos para generar leads (siempre, claro, que se haga correctamente).

El retorno de la inversión (ROI)

Muchos empresarios suelen decir "no te preocupes por lo accesorio, céntrate en conseguir leads". Quieren pasar directamente a crear una campaña PPC de generación de leads. La ventaja es que te da la oportunidad de identificar clientes potenciales rápidamente y obtener datos cuantificables.

Esto sucede porque una campaña PPC permite comprobar con precisión el retorno de tu inversión. Sin embargo, una campaña de marca es tan abstracta que es difícil medir los resultados y, por lo tanto, no ofrecen un ROI claro. Pero pensemos sobre esto un momento. Cuando ponemos en marcha una campaña de generación de leads, ¿qué herramientas estamos usando? Una landing page, anuncios de texto y banners. El texto de una landing page, un folleto descargable o cualquier otro material de marketing está enfocado a transmitir un sentimiento, ya sea confianza, fortaleza o verdad. Tienes que dar con la emoción adecuada para poder convertirla en una compra.

El mercado está tan saturado que necesitas una USP (propuesta única de venta) para diferenciarte. Los consumidores tienen el poder para buscar diferentes empresas, así que es importante pensar qué es lo que hace a tu negocio diferente frente a la competencia que ofrece el mismo producto o servicio. ¿En qué destacas frente a los demás? ¿Cuál es el proceso que sigues para traducir tus leads en ventas? ¿Cuánto tardas en contestarles una vez que se han puesto en contacto contigo? ¿Cómo te diriges a ellos?

Todo esto debería estar determinado por tu branding. El objetivo es transmitir las cualidades únicas de tu empresa y generar fidelidad. Si no tienes una estrategia de marca sólida, no serán capaz de convencer a tus clientes para que interactúen contigo, y tu campaña de generación resultará ineficaz.

Así que, como ves, utilizadas eficazmente, las dos estrategias se complementan la una a la otra. El conocimiento de marca es necesario para que una generación de leads efectiva, y el contenido utilizado para la misma puede reforzar el conocimiento de tu marca por parte de los consumidores. Es una calle de doble dirección.

En definitiva, una estrategia de marketing a largo plazo consistente debería incluir la generación de leads y el branding.

LOCAL LAWS, NEWS, EVENTS & INTERVIEWS

Broadcasting to the English Speaking Community

MARBELLA NOW TV WITH NICOLE KING



ENGLISH LANGUAGE TV

Every Friday 7.30pm
with daily repeats &
available on-line

new Theme tune by
Terry Shaughnessy
"It's a Brand New Day"

MiMarbellaRTVM@gmail.com

Join us also on Mi Marbella 107.6 fm; Mondays and Wednesdays 4-6pm / Tuesdays and Thursdays 8-10pm
& online www.rtvmarbella.tv

photography by Photographer Marbella

hola-property.com

info@hola-property.com | +34 622 31 67 67

YOUR BARGAIN PROPERTY SPECIALISTS ON THE COSTA DEL SOL

CHECK OUT OUR LATEST HOT NEW DEVELOPMENTS
WITH 500 EUROS CASH BACK* ON SELECTED
DEVELOPMENTS



€500 CASH FOR
YOUR VISIT
Promotion

www.hola-property.com

* T&Cs apply

← GATE28

WHEN YOUR FLIGHT IS DELAYED

HAS YOUR FLIGHT BEEN DELAYED,
CANCELLED OR WERE YOU DENIED
BOARDING?

GET COMPENSATION
UP TO €600

Find out how much money
you can claim

WWW.GATE28.EU



The Power of Home & Lifestyle Magazine

Thousands of copies distributed all over the Costa del Sol
and Gibraltar every two months

Loyal affluent readers who are homeowners and passionate about design

Great value advertising rates

A couple of weeks after our ad was published in Home & Lifestyle Magazine, we got a
guy entering the shop with your magazine in his hands pointing with his finger at our ad.
He said, "This is exactly the pergola I want for my home".

The deal was closed the next day. So thank you again.

Daniel Rodriguez López,
- Director of Outdoor Concepts -

home
&lifestyle
MAGAZINE

Find out how Home & Lifestyle Magazine can benefit your business by calling us today!

Tel. (+34) 952 905 000 Email. advertising@homeandlifestyle.es





RankBrain



Aproximadamente 1 resultado (0.36 segundos)

¿Qué es Rankbrain? ▾

RankBrain es un nuevo sistema de inteligencia artificial creado por Google que cambiará el panorama del posicionamiento orgánico en los resultados de búsqueda. Analizará las páginas web según su relevancia y las puntuará del 1 al 10 (siendo 1 la peor nota y 10 la mejor). Es muy parecido a la calificación de calidad dada por Google Adwords.

¿Cómo afecta esto a tu negocio? ▾

Este cambio en el algoritmo de Google refuerza nuestro punto de vista sobre el SEO en páginas web. El contenido de tu página debe ser relevante e informativo para los usuarios. Lejos quedan los días de contenido web lleno de palabras clave irrelevantes y con links a otras páginas sin interés. Google quiere mostrar contenido relevante en sus búsqueda, poniendo al consumidor al mando. Si no sigues esta práctica, puede que llegues a perder tu página.

Google ya ha puesto en marcha este cambio y está observando nuestras búsquedas. El día D tendrá lugar alrededor de septiembre de 2018, mes arriba o abajo.

Estrategias para que tu página pase la prueba de RankBrain ▾

1 **Céntrate** en conseguir un CTR alto (porcentaje de clics) procedente de búsquedas orgánicas.

Cuanto más clics a tu página procedan de SERPs (páginas de resultados del buscador) y cuanto mayor sea la permanencia en ella, mejor. Esto es una señal a Google de que tu página tiene ese contenido relevante que andan buscando los usuarios.

2 **Optimiza** tus títulos y descripciones para SEO.

Esto se refiere al título y la descripción que aparecen en las SERPs orgánicas. Piensa en el título y la meta descripción como si fueran un anuncio, una oportunidad de atraer a los usuarios para que hagan clic en los resultados orgánicos.

¿Cómo lo hago? Está comprobado que los usuarios responden mejor a las emociones. Si pulsas en sus emociones, reaccionan. Combina palabras clave y emociones, y ya tiene la receta del éxito.

3

Conversaciones altas

Google sabe si tus usuarios interactúan con tu página, ya sea rellenando un formulario, viendo un vídeo, descargando un archivo, compartiendo contenido, etc. Cuanto más relevante sea tu contenido para ellos, más comprometidos se sentirán con tu marca.

4

Incrementa el volumen de búsquedas y los CTR con anuncios online (en redes sociales y anuncios display).

Cuanto más conocidos sean tu producto o tu marca para tus consumidores, más veces entrarán en tu página y navegarán por ella. Por lo tanto, cuantas más campañas en sitios como Facebook y anuncios en Google pongas en marcha, más gente te conocerá y te buscará.

Hay mucho especialistas SEO que creen que pueden engañar a Google. Pero hemos visto una y otra vez que Google es más listo y te penalizará si tratas de hacer trampa llegando, incluso, a dejar fuera a tu página por completo de los resultados de

búsqueda. Y si no estás en Google es como si no existieras.

Como dijo Larry Kim de Wordstream, "Un consejo a los listos: no vayáis por ahí. **NO intentéis pasáros de listos con RankBrain utilizando robots.** RankBrain es muy poderoso. Google lleva 15 años desarrollando sistemas de detección de fraude PPC y del clic. No puedes derrotar a un robot en su propio campo".

¿Te preocupa que tu página no cumpla con Google y acabe afectando negativamente a tu negocio? **Ponte con contacto con nosotros y revisaremos tu página para asegurarnos de que esto no ocurra.**





New generation hair transplants

A new head of hair and back to work in 48 hours

Hair Transplant Specialist
DR. PANNO

+34 **952 586 286**
www.drpanno.com   



DISCOVER OUR NEW APP NOW!
 Keep in touch, check your progress & arrange appointments.

Peace of mind

that your wealth is looked after with **bespoke insurance solutions** for **High Net Worth property**.

- **No single item limit**
- Award winning discreet and efficient claims service
- All risks worldwide content cover
- Specialist cover for works of art
- Insure multiple properties in Europe under one policy



Specialist Insurance for High Value Homes

Speak to one of our home insurance experts.

C. C. Guadalmina IV. Locales 97-98.

Guadalmina Alta. 29670 San Pedro de Alcántara. Málaga .

Tel: +34 952 88 22 73 | hnnw@opdebeeck-worth.com | www.opdebeeck-worth.com



REAL ESTATE SPECIALISTS ON THE COSTA DEL SOL



WE WILL FIND YOUR NEW PROPERTY
IN THE SUN

CONTACT US TODAY
www.mibrointernational.com

 **TOURATECH MALAGA**

**RAID BIKE
ADVENTURE
2016**

**LIVE THE
ADVENTURE**
for only: **1850€**



www.jalimatrekking.com





EL MÓVIL ES EL REY...

Érase una vez...

La historia de un rey llamado Móvil.

Los mejores cuentos empiezan así. Pero esto no es un cuento de hadas; según Google, es la pura verdad en 2016.

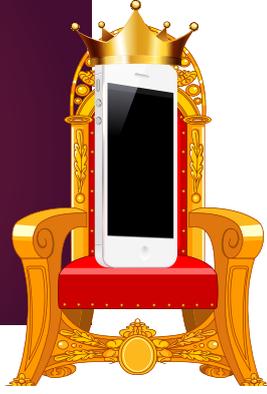
Si tu página web no está adaptada para los dispositivos móviles, no aparecerá más en las páginas de resultados de Google (SERPs) cuando la gente realice sus búsquedas a través del teléfono o la tablet, lo que se refiere al 60 % de usuarios, dependiendo del país y la población. ¡Simplemente no te encontrarán!

Es inevitable. En muchos países, los smartphones han superado al número de PCs.

En Estados Unidos, el 94 % de los usuarios de smartphones buscan información local en sus teléfonos. Pero lo más sorprendente es que el 77 % de esas búsquedas se realizan tanto en casa como en el trabajo, lugares donde hay ordenadores.

*datos de developer.google.com

El principal objetivo de Google es optimizar la experiencia de búsqueda de todos los usuarios para garantizar que encuentran lo que están buscando. Desde el 21 de abril de 2015, Google ha utilizado la adaptabilidad a móviles como un criterio de posicionamiento en los resultados de búsqueda.



Una página exclusiva para móviles

La otra opción es crear una versión de tu página específica para móviles. La mayor ventaja es que puedes diseñar la página pensando sólo en la experiencia del usuario de móvil y olvidarte de otros aspectos que afecten a la visualización en ordenadores. Por supuesto, la parte negativa es que tendrás que mantener esta página exclusiva para móviles por separado, así que el trabajo de actualización será doble y te saldrá más caro.

¿Cómo adaptar tu página a dispositivos móviles?

Hay varias opciones para hacer que tu página esté adaptada a dispositivos móviles: que sea responsive o crear una página específica para su visualización en móviles. Cómo optimizar tu página web para móviles dependerá del tipo de empresa que tengas y el producto que vendas.

Responsive

Para algunas páginas web es suficiente con utilizar una plantilla responsive que jerarquice y limpie la información para su visualización en móviles o iPads. Usar una plantilla responsive tiene muchas ventajas. Una de ellas es el coste. No tiene que resultar más caro si ya lo has incluido en el precio original de construir la página. Por supuesto, si tu página es antigua, puede que tengas que rehacerla por completo. En estos casos en muchos casos, es mucho más fácil empezar de cero que intentar convertirla en responsive.

La otra gran ventaja es que cualquier actualización que hagas en tu página también se producirá automáticamente en la versión móvil. Una plantilla responsive trabaja sobre los principales elementos de tu página, identifica la información importante y muestra los elementos en un tamaño adaptado a los dispositivos móviles.

Cuando compras una plantilla responsive prediseñada, no está de más echar un vistazo para comprobar si los ajustes responsive se ajustan bien a tu negocio y objetivos y te permiten crear los call to action adecuados. Si no es así, puedes cambiar el diseño para adaptarlo a tus necesidades. Como norma general, es importante comprobar y ajustar tu diseño responsive con regularidad para optimizar los cambios en móviles.

Google recomienda utilizar un diseño web responsive frente a crear una página solo para móvil.

Google ha creado una herramienta de prueba de optimización para móviles que te permitirá comprobar si tu página está adaptada para este tipo de dispositivos. (<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>)

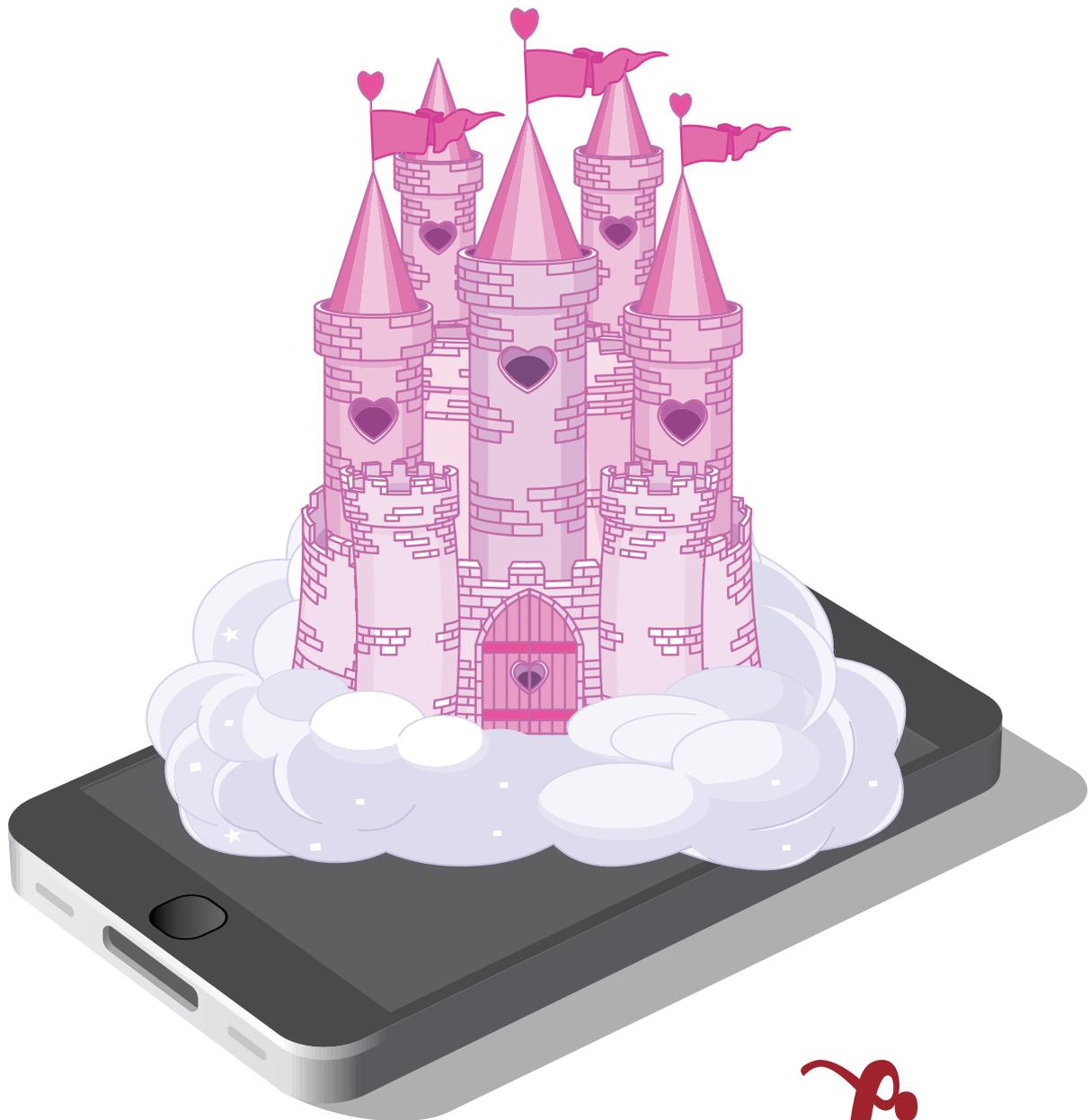
Elijas la opción que elijas, lo más importante es:

1. **La navegabilidad:** facilitarle las cosas al usuario cuando está en tu página y conseguir que llegue a hacer lo que quieres. Cuidado con el color que escoges, no olvides que es probable que mire el móvil con luz natural. Los botones deberían ser lo suficientemente grandes como para que se pueda hacer clic incluso con el pulgar. Las imágenes tampoco pueden ser muy pesadas, para que la página no tarde mucho en cargar. Ten presente el viaje del consumidor. ¿Qué es lo que él quiere hacer y qué es lo que tú quieres conseguir que haga?
2. **Prioriza:** priorizar en clave en las páginas adaptadas a móviles. Tienes muchísimo menos espacio, así que céntrate en lo esencial. Si tienes una tienda online, lo más importante será facilitar el proceso de compra al máximo. Esto es lo más importante desde el punto de vista del usuario de móviles.
3. **Conversión:** ¡haz que tu visita acabe comprando! Con los call to action adecuados puedes lograr tus objetivos, ya sea que te compre o deje sus datos. Por ejemplo, si lo que quieres es que te llame, resulta mucho más fácil en la versión móvil que en la de ordenador, ya que solo tiene que darle al botón de llamar.

Si tienes dudas sobre si tu página está adaptada a móviles, ponte en contacto con Redline hoy mismo y te ayudaremos a analizarla.

Y fueron felices y comieron perdices...

"El principal objetivo de Google es optimizar la experiencia de búsqueda de todos los usuarios para garantizar que encuentran lo que están buscando. Desde el 21 de abril de 2015, Google ha utilizado la adaptabilidad a móviles como un criterio de posicionamiento en los resultados de búsqueda."



Fin



Si tu sitio web no atrae a nuevos clientes entonces necesitas el paquete de Gorila Marketing de Redline Company

Por sólo 300€* por mes

*Este precio incluye 50€ por mes para publicidad online.

Gorila Marketing

(sustantivo)

Estrategia de Marketing ideada por Redline Company para pequeñas empresas con un presupuesto limitado con el objetivo de promover productos o servicios de manera original y económicamente. Origen de la palabra: 2015



Con el paquete “Gorila Marketing” te proporciona acceso a una serie de actividades de bajo costo diseñados para asegurarse de que tu presencia online está actualizado. Si no tienes el presupuesto para invertir en una campaña intensiva SEO, esto es una alternativa inteligente en relación coste - resultados que además mantendrá tu sitio web actualizado.

Las actividades serán flexible de un mes al otro dependiendo de los requisitos; por ejemplo un mes podríamos escribir un blog o subir unos posts en Facebook, y otro mes tal vez actualizar el contenido de tu sitio web o crear una campaña online* y llevar la campaña a cabo.

Optimización del sitio web

Mantener el sitio web al día es vital y relevante. Nuevos blogs, nuevos contenidos; palabra clave nuevas o meta-descripciones, esto hará que tú sitio web sea más fácil a la hora de encontrarlo en el **ranking orgánico** y ayudará a los visitantes a acceder a la información que desean ver.

Anuncios Online

Anuncios Online (por ejemplo en Facebook o Google) son muy eficaces a la hora de **generar nuevos clientes potenciales y así aumentar las ventas**. La publicidad online es un componente vital en este paquete “Gorila Marketing” ya que esto ayudará a tener visibilidad y generar clientes potenciales o “Leads” como los llamamos. Se requiere un presupuesto mínimo de 50 € al mes. Este coste está incluido en los 300 € al mes.

Landing Pages o páginas de aterrizaje

Un landing page está diseñado y programado para promocionar un solo producto, específico y dirigirlo a su segmento de mercado en concreto para **generar clientes potenciales y aumentar las ventas**.

Medios Sociales

Es importante revisar, supervisar y administrar las cuentas de redes sociales y publicar contenido regularmente. Redline creará contenido original para fomentar la interacción con los clientes. Como alternativa podemos concentrarnos en estrategias diseñadas para aumentar los “likes” en el Facebook.

Investigación y asistencia

Si ya dispone de campañas online, podemos evaluar su eficacia, investigar las nuevas tendencias, como trabajan los competidores y ofrecer asesoramiento sobre cómo se puede aprovechar al máximo las oportunidades disponibles para tu empresa.

Resultados de informe

Es importante supervisar el rendimiento de tus campañas actuales con el fin de evaluar los puntos exitosos e identificarlos puntos que no están dando los resultados esperados y crear nuevas acciones para **producir mejores resultados**.





Est. 1983
alarma
universal

Does your security company speak English?

Do you have difficulty completing tasks that occur after burglary; police, locksmith, glazier, carpenter, insurance, etc., then get an alarm system from a supplier who speak YOUR language and solve the problems for you.

Contact Alarma Universal today. We'll make you an offer offer **952 46 10 37** you cannot say refuse



Alarma Universal S.A.
Av. Torreblanca 1, Fuengirola Málaga, Spain

T. (+34) 952 46 10 37
T. (+34) 902 30 15 10

info@alarmauniversal.com
www.alarmauniversal.com

D.G.P. 1557

THE ULTIMATE FASHION VENUE IN PUERTO BANUS

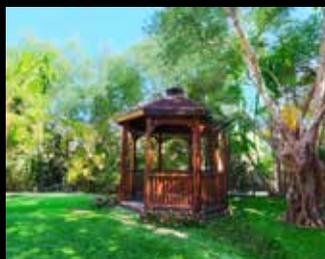
The Golden Princess is a glamorous contemporary villa in Puerto Banus, owned and styled by image consultant, international model and fashion industry entrepreneur Yamaia Faye.

Experience the Hollywood glamour, 5-star facilities and lush Mediterranean gardens: the perfect backdrop for photo shoots, corporate events, fashion shows, pop-up shops, recordings, film and TV set, and glamorous private parties.

- Fashionable venue of choice
- Pop-up shops incl. hot summer dresses and resort wear by Yamaia Couture
- Glitz and Glam parties
- Exclusive corporate and private events
- Fashion shows, photo shoots and designs

Book your exclusive corporate/private event

Viewing by appointment only:
+34 678 150 546
info@goldenprincessvilla-marbella.com
www.goldenprincessvilla-marbella.com





**ELECTRONICS
EXPERIENCE**
• EXP-TV •

THE ULTIMATE IN TELEVISION VIEWING: EXP-TV

EXP-TV

UK Channels: BBCs, ITVs, Ch4s, Ch5s, Etc. Etc. Sports, Movies, Video Club, Catch-up, & Recording. Just everything you could wish for direct from The Server.

**ONLY
20.66€*
per month**

EXP-TV +

plus Scandinavian or Russian channels.

**ONLY
27.27€*
per month**

You only pay when you are here!

EXISTING MAG BOX OWNERS SET UP AND INSTALL FREE, NO ANNUAL FEES WE ARE HERE TO SERVE YOU AND STAY HERE HAVING BEEN ON THE COAST FOR 45 YEARS.

Our TV Operates with Telefonica/Vodafone landline internet, 4G Internet and Fibre optic Internet. Also installers of 4G Internet, Satellite Internet, All satellite systems, Sonos and Denon Sound systems

**all prices excluding IVA*

+34 952 885 379 | +34 952 883 168 | www.internetandalucia.com

alanj@experiencegroupspain.com
Centro Comercial Benavista 16, Estepona



**EXPERIENCE
GROUP SPAIN**

Head Office: Centro Bena Vista, 16
Urb. El Paraiso, Estepona, Malaga

www.experiencegroupspain.com
Tel: +34 952 883 168

OVER 40 YEARS SERVING THE COAST

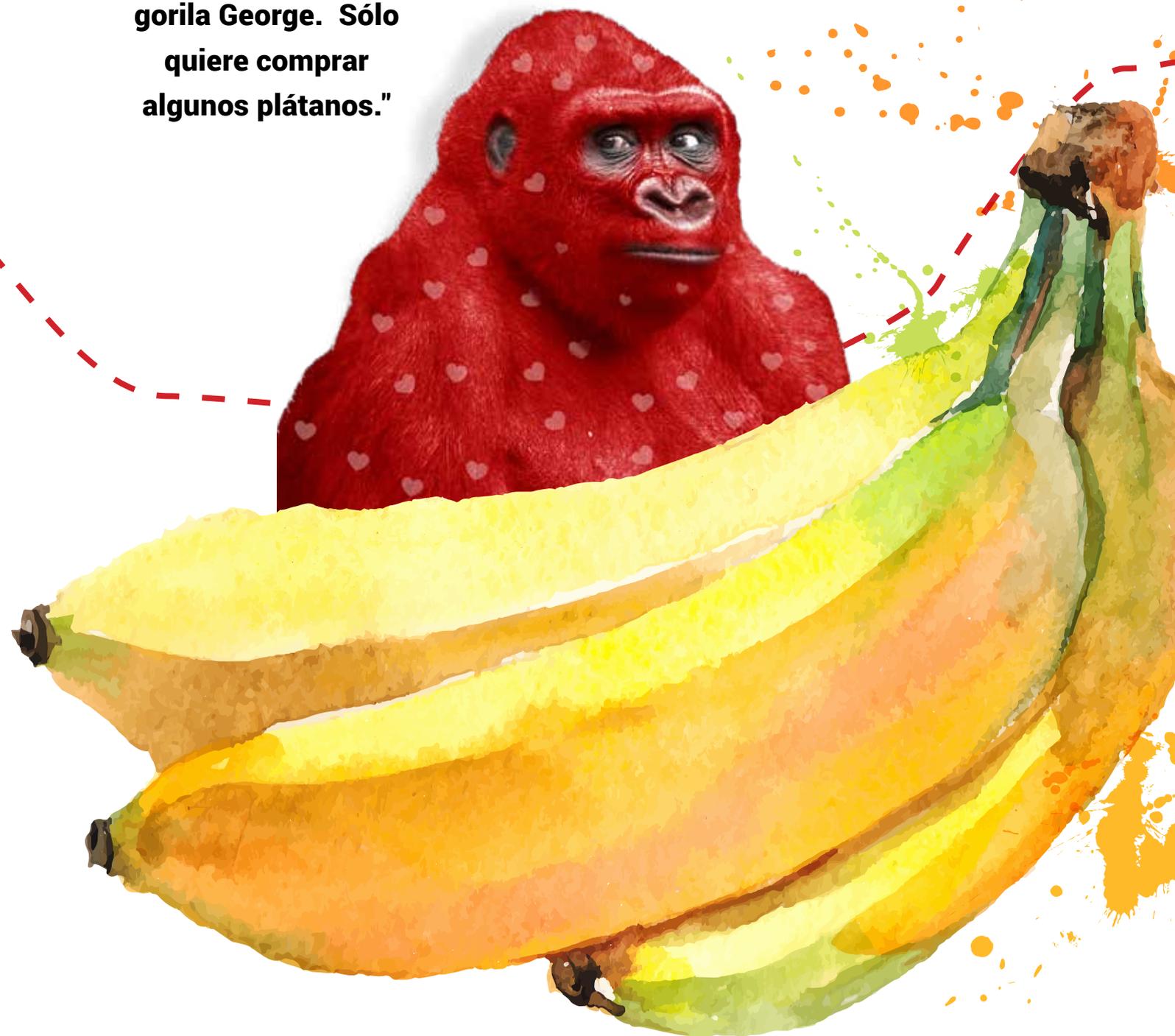


**PROPERTY RESALES
NEW DEVELOPMENTS
PROPERTY RENTALS
PROPERTY MANAGEMENT
CONSTRUCTION & HOME REFORMS
CONVEYANCING & FISCAL ADVICE**

**COME & SPEAK
TO THE PROFESSIONALS!**

+ 34 952 883 168 | sales@experiencegroupspain.com

" Para explicar este cambio, te presentamos al gorila George. Sólo quiere comprar algunos plátanos."



EL VIAJE DEL CONSUMIDOR

¿Qué es el viaje del consumidor?

Los marketinianos modernos han entendido que el proceso de compra es un viaje y lo han denominado "el viaje del consumidor".

El recorrido de este viaje del consumidor abarca desde la búsqueda y decisión de compra hasta que se culmina dicha compra.

Transformación del viaje del consumidor

El viaje del consumidor ha sufrido una gran transformación en los últimos dos años debido a la expansión mundial de los smartphones y las tablets. Los consumidores actuales eligen y crean su propio viaje del consumidor.

Para explicar este cambio, te presentamos al gorila George. George quiere comprar plátanos.

" Los consumidores actuales eligen y crean su propio viaje del consumidor."





En el pasado,
el viaje de George sería lineal...



" Se trataba de un proceso muy controlado por la marca."

Me chiflan los plátanos...



El viaje del consumidor actual

Con la irrupción de Internet, la cosa ha cambiado por completo. El viaje del consumidor ya no es lineal, es más dinámico, personal y lo elige el propio consumidor. El viaje del consumidor que haría George hoy sería más o menos así:

1. Conciencia

George consulta Facebook en su móvil y ve el post de un amigo que habla sobre unos plátanos enormes.

1.

2.

3.

4. Adquisición

Finalmente llega a casa y decide comprar por ordenador plátanos grandes para que se los envíen al día siguiente a casa.

2.

Online Research

- Después busca sobre ellos en Google y pincha en un anuncio en las SERPs (página de resultados del buscador).
- Lee sobre estos nuevos plátanos enormes.
- Es "remarketeado" por la página de los plátanos que acaba de visitar.
- A la hora de comer visita una página con opiniones sobre esta fruta.

...El viaje no termina aquí. Como cliente, George empieza a ver anuncios de display y newsletters relevantes con descuentos especiales y promociones, etc. que le invitan a comprar más productos.

Hay que señalar que en los mercados con procesos de compra más largos pasan más cosas durante el camino.

3. Subconsciente

- De camino a casa, se cruza con una valla que anuncia este tipo de enormes plátanos.





"Podemos hacer un seguimiento del viaje del consumidor desde el principio, pasando por la búsqueda, las comparaciones y la fase de compra. En cada etapa, tenemos la oportunidad de incitar al consumidor a culminar la compra."

Cómo afecta esto a tus acciones de marketing

Desde el punto de vista del consumidor, este nuevo proceso es genial. Tiene la sartén por el mango. Sin embargo, desde el punto de vista del seguimiento del negocio, puede ser difícil de analizar.

Google Analytics ayuda con el seguimiento del número de ID del usuario. Esto funciona si el negocio requiere que el usuario se registre y se identifique para entrar.

A cada usuario se le asigna un número de ID único que es trackeado en los ordenadores, smartphones y tablets, lo que permite a los expertos en marketing seguir todos sus pasos.

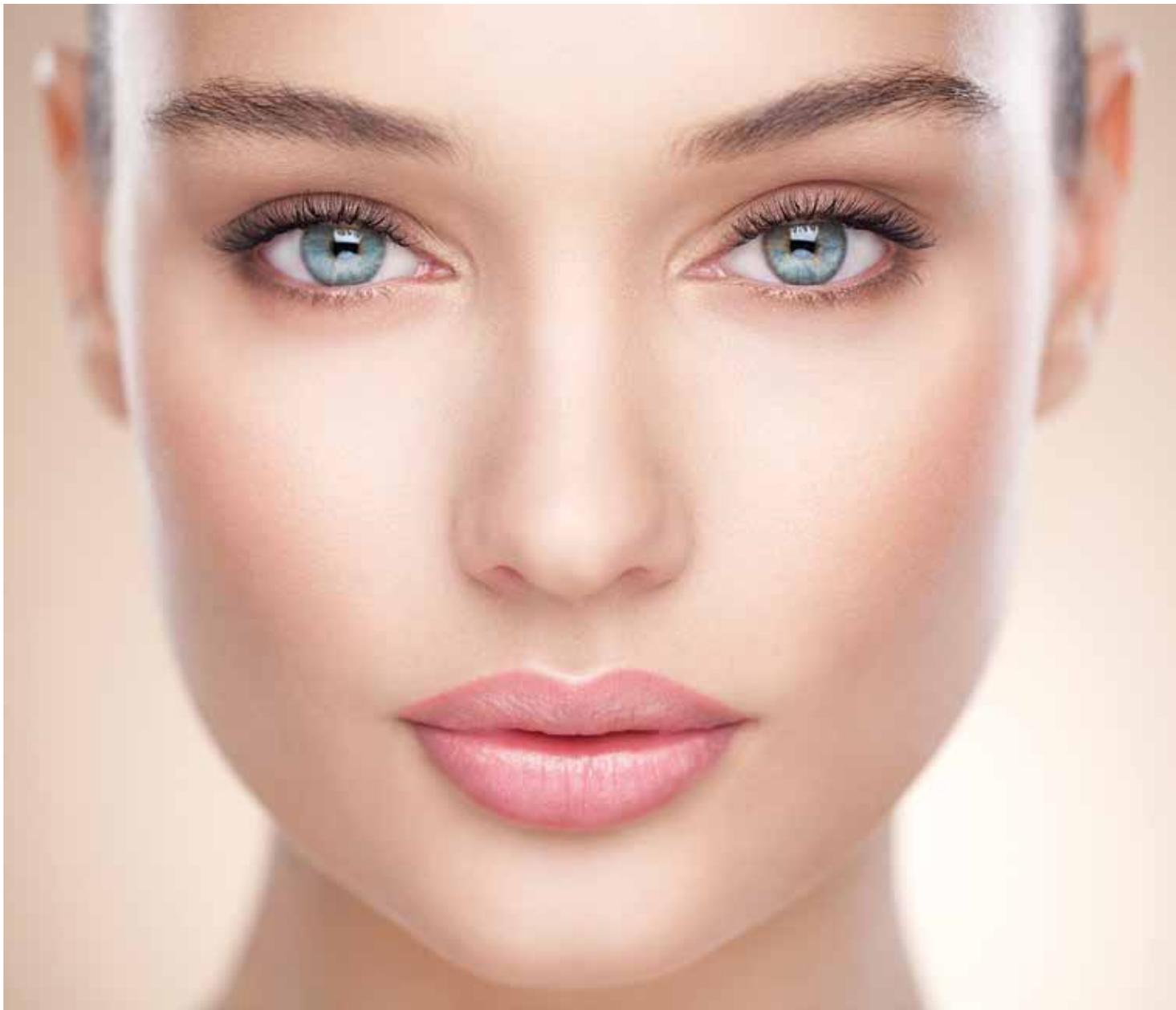
Podemos hacer un seguimiento del viaje del consumidor desde el principio, pasando por la búsqueda, las comparaciones y la fase de compra. En cada etapa, tenemos la oportunidad de incitar al consumidor a culminar la compra.

Por supuesto, el viaje del consumidor será diferente según el tipo de producto, los caminos posibles para la compra y el target. Si necesitas ayuda para identificar a tus consumidores y crear el mayor número de opciones efectivas de viaje, **ponte en contacto con Redline Company.**





PURESKIN
boutique spa



The secret of youth.

Luxury facials

Body & beauty treatments

Cult skincare products

We work with the best brands

LING | NatuaBisse | recover | *Hydrofacial MD* | intraceuticals

Oasis Business Centre. Local 3B.
Bulevar Príncipe Alfonso de Hohenlohe.
The Golden Mile. CTRA N-340 Km 176.
29602. Marbella. Málaga + **34 951 134 983**.

www.pureskin.es



Your one-stop-shop
for property related services
on the Costa del Sol

- Properties for sale
- Property management
- Project Management
- Interior Designand much more.



Angels Property Services Sales office, Urb. La Alzambra, 29660 Marbella
(+34) 952 81 92 59 | info@angelsproperty.com | www.angelsproperty.com
Call for a free consultation or pop in for a chat. We speak English, German and Spanish.



New development
from Bromley Estates

**COMING
SOON**
from
€178,000

Tel. +34 952 939 460

www.bromleyestatesmarbella.com

Redline can put muscle into your **marketing**



Is your marketing looking flabby and in need of a new strategy?

Take action now to get back in shape ready to claim your share of the market.

Consistency is king. Marketing is like exercise, you won't get muscles on your first trip to the gym but by following a sustained programme of activity you'll start to see results.

Redline Company has a team of international marketing professionals on hand to give your company a thorough work out and to provide tailor made effective marketing plans to help you achieve your goals.

the agency with the big heart
Redline 
since 2004 **company**

redlinecompany.com 

**Call Redline on 952 816 678 to start
your marketing programme today!**

Testimonio

Como dueña de una empresa ya establecida, estoy al tanto de que nada puede dejarse a la suerte, por ello, pregunté a Redline si podía hacerse cargo de todas las actividades relacionadas con el marketing que necesitaba para abrir una nueva tienda y lanzar una nueva página web. El proceso ha requerido de un grandísimo esfuerzo por parte del equipo, con una excelente comunicación.

Estoy encantada con los resultados y recomendaré Redline a cualquier empresa que esté buscando un servicio de Marketing profesional y muy creativo.

Sofía Saide
Fundadora de PureSkin



PureSkin es uno de los proyectos con los que más estamos disfrutando este año. Se trata de un lujoso espacio de belleza que incluye salón y tienda. Llegaron a nosotros con el encargo de que les ayudáramos en la construcción y desarrollo de la marca y la plasmáramos en una identidad corporativa. El resultado fue un logo limpio y elegante y un eslogan que transmite con sencillez la filosofía de la marca. También nos encargamos del diseño, desarrollo y programación de su nueva página web, incluyendo redacción SEO y creación de palabras clave en inglés y español.

Además de estos servicios, también diseñamos anuncios en revistas, tarjetas de visita, un folleto con tarifas, bolsas, tarjetas regalo y señalética. Por otra parte, Redline se ocupó de las relaciones públicas, que incluyeron la creación y envío de notas de prensa, la preparación de los clipping y la convocatoria de medios el día de la inauguración.



PURESKIN

boutique spa



- Diseño, desarrollo y programación web a medida
- Diseño web responsive
- Redacción SEO (meta descripciones, meta tags y headings)
- Búsqueda de palabras clave para SEO
- Estrategia de Marketing (online and offline)
- Contenido Digital de marketing
- Identidad Corporativa
- Diseño Gráfico
- Estrategia de Marca
- Cartel de la entrada

NEW TALKIES





PURESKIN
boutique spa



