

Redline

M A G A Z I N E



redlinecompany.com



n ° 20 - 2020

since 2004
Redline
company.com



CONTENIDO

Edición 20 - Septiembre 2020

Carta del director P.3

Redline viaje a través de imágenes P.4-9

Northbynorth Caso de Estudio P.10-11

TikTok... Is it time for your business to get visual? P.16-19

Neuromarketing P.20-22

E

ditor's letter

Queridos lectores,

Este año Redline celebra 16 años como la agencia de marketing líder de la Costa del Sol, y probablemente, una de las más antiguas y... ¡ha sido un gran viaje!

Estamos ofreciendo increíbles descuentos para gestionar tus redes sociales, para crear sitios web o incluso para generar nuevos contactos. Si te has perdido nuestro último boletín, puedes verlo aquí ([LINK](#)).

Este año no ha sido el mejor para nadie, así que hemos decidido acabar el año de la mejor manera posible, echando la vista atrás a los últimos 16 años. Vamos a hacer un pequeño recorrido por los mejores momentos para recordar cómo éramos en aquel entonces. El equipo ha hecho muchas cosas, desde pasear los perros de Triple A hasta ruedas de prensa, ayudar al lanzamiento de Cavalli Club, grabación de vídeos o divertas fiestas navideñas al puro estilo Redline.

Pero no todo es nostalgia, en esta edición también vamos a mostrarte como los vendedores pueden utilizar el "Neuromarketing": Los sentimientos impulsan las ventas y, en última instancia, los beneficios. Ver páginas 20-22.

También puedes ver el caso de uno de nuestros clientes, North by North, y descubrir como trabajamos a distancia junto a él, para conseguir abrirle camino en el mercado español. Ver páginas 10-11.

Por último, pero no por ello menos importante, hemos comenzado a trabajar con nuevos clientes locales e internacionales, del sector de la medicina, del bienestar y del mercado inmobiliario, y también le hemos dado la bienvenida a algunas caras ya conocidas.

Ofertas por el 16º Aniversario de Redline

Si necesitas ayuda con el lanzamiento de tu negocio o nuevas ideas para conseguir llegar al siguiente nivel, las ofertas especiales por el 16º aniversario de Redline pueden ser de gran ayuda.

Contáctanos hoy para recibir más información:
info@redlinecompany.com

Hasta la próxima... ¡cuídate, sueña a lo grande y disfruta de la lectura!

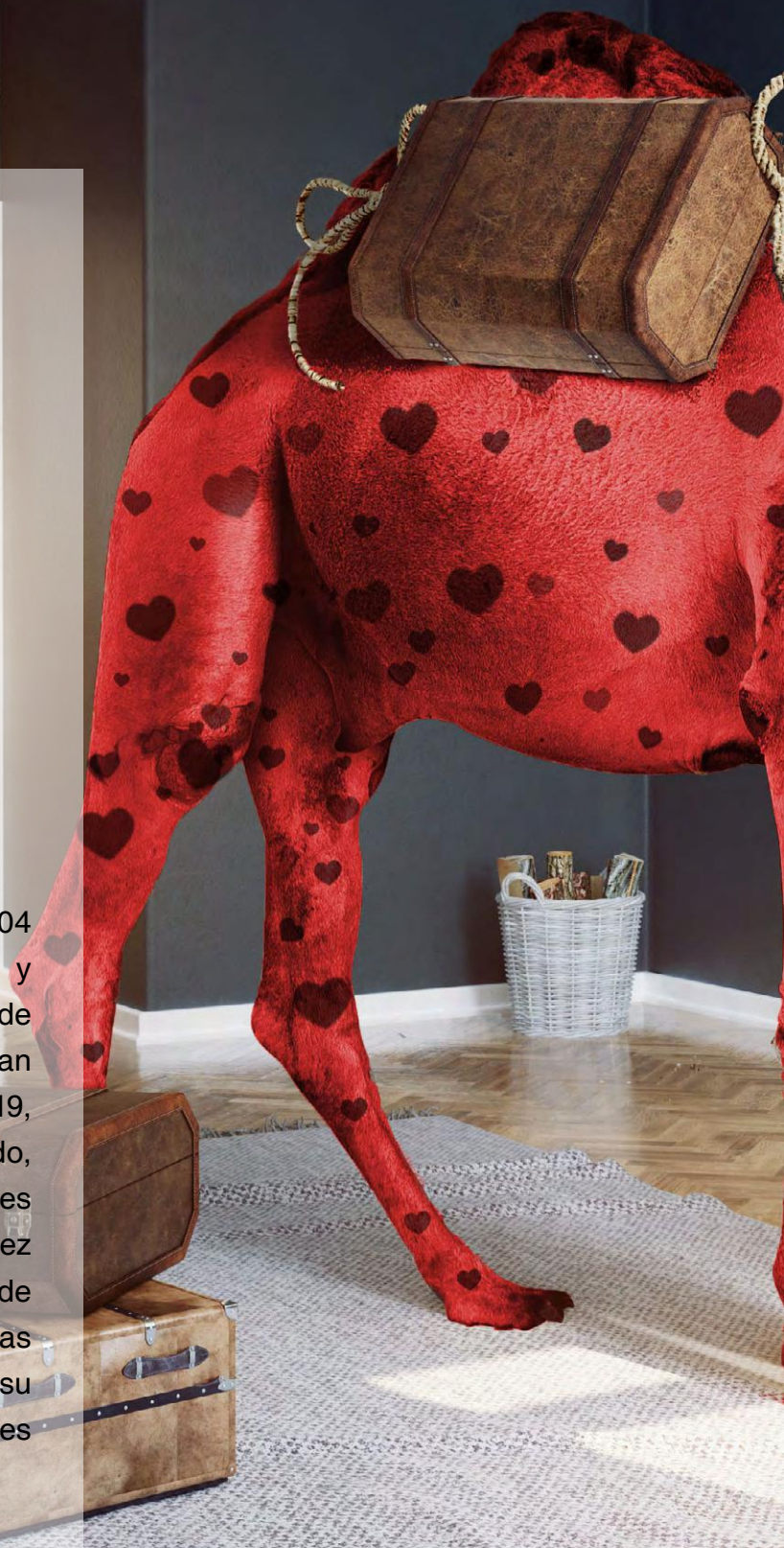
Atentamente,

Line Lyster

Managing Director

Ha sido un viaje largo... 16 años!

Redline Company comenzó en 2004 para proporcionar servicios creativos y rompedores de marketing a los clientes de la Costa del Sol. Tras 16 años, una gran crisis económica y un cierre por Covid-19, la empresa sigue viva y coleando, proporcionando servicios profesionales de marketing a una clientela cada vez más internacional. La mente positiva de la Directora, Line Lyster, a pesar de las circunstancias y la experiencia de su equipo, han sido los pilares fundamentales de la empresa.





004
Radline
company.com

16



2014 Pandelux 5 years birthday party



2014 TripleA Line walking a dog



2015 Redline 11 years at bioparc



2016 National red day



2017 it is Christmas again



2013 Photoshoot David Toms



2009 nikke beach white party



2012 with Mayores Angeles Muñoz



2014 Team night out



2006 photoshoot in office



2015 Triple A T-Shirt design



2014 Yoga at Glow



2007 interview on onda cero



2015 Another crazy christmas



2009 ghd party at saud rifat



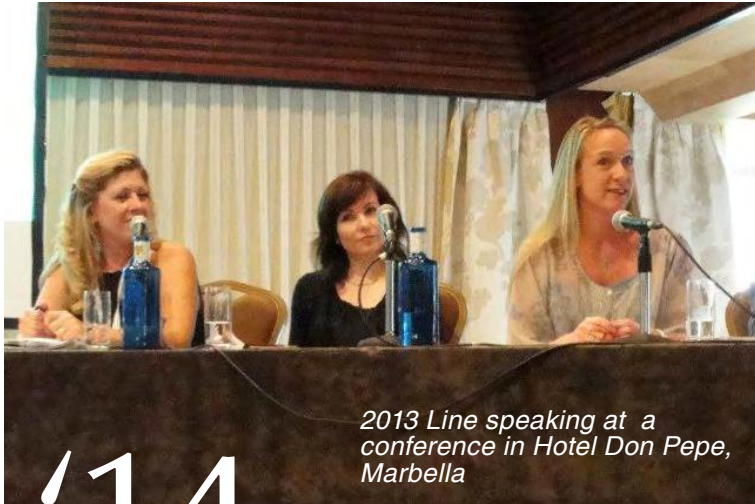
2018 Christmas party



2007 ghd party in Madrid



2017 Pizzamos party



UN CASO DE ESTUDIO

North by North

Fundada por Niels Hjorth en 2008, Northbynorth ha sido el productor de referencia en Dinamarca para muebles de terraza de bambú de primera calidad durante más de 12 años. Como Redline tiene la reputación de proporcionar un puente para las empresas extranjeras que desean llegar al mercado español, Niels se puso en contacto con nosotros para solicitar ayuda para expandirse en España.

NORTH

BY NORTH



SOBRE NORTHBYNORTH

North By North vino a Redline para alcanzar un nuevo mercado español. La misión de Redline era crear una estrategia de marketing para ésta exitosa empresa danesa, centrándose en tres líneas diferentes: NorthbyNorth España, Scandinavian Line y Muebles para el sector hotelero B2B.

El primer paso fue la programación de la tienda Shopify tanto en inglés como en español – <https://www.northbynorth.es/> – con un contenido rico en palabras clave. Tras ello, se creó campañas en Google Ads para dirigir el tráfico al nuevo sitio web. También se creó las redes sociales y su contenido, se llevó a cabo servicios de relaciones públicas y se realizó el diseño gráfico necesario para la elaboración de folletos, anuncios y vídeos.





NUESTRAS ACCIONES

- Diseño gráfico: Folleto B2B, Google Ads, Banners, Anuncios
- Redacción: Folleto, blog, contenido rico en palabras clave (inglés y español), comunicados de prensa
- Marketing en los motores de búsqueda: Campañas de PPC en Google Ads
- SEO: técnica y redacción de blogs
- Relaciones Públicas: enlace & creación de comunicados de prensa
- Gestión de las redes sociales: creación de cuentas, estilo, estrategia, creación de contenidos
- Gestión de proyectos, investigación & presentación de informes



LIVE LIKE A ROCKSTAR

DESIGN INSPIRATION FOR YOUR HOME

Photo courtesy of Vondom



(+34) 951 38 38 97 • info@homeandlifestyle.es • www.homeandlifestyle.es



www.paraisorealestate.com

The Area, El Paraiso

Home to the most prestigious villas on the Costa del Sol's New Golden Mile. Come see for yourself. El Paraiso – between Marbella and Estepona.



Tel: +34 952 88 25 48 | Email: homes@paraisorealestate.com

ESTABLISHED IN 1977



INSURANCE BROKERS · CORREDURÍA DE SEGUROS

**Did you know..
Professional indemnity
insurance can protect
your business.**

**Mistakes can happen and
expose your company
to significant financial
risks like legal costs
and compensation, so to
protect your business you
need to be covered.**

Request a FREE consultation or policy review to make sure your business has the correct insurances in place.

We also offer: Cyber risk insurance, General liability, Group health insurance, Data protection insurance, office insurance and much more.

Call today: 952 88 22 73 | info@opdebeeck-worth.com | opdebeeck-worth.com



S I E S T A
H O M E S

innovation | trust | excellence



T: +34 952 82 84 43

E: info@siestahomes.com

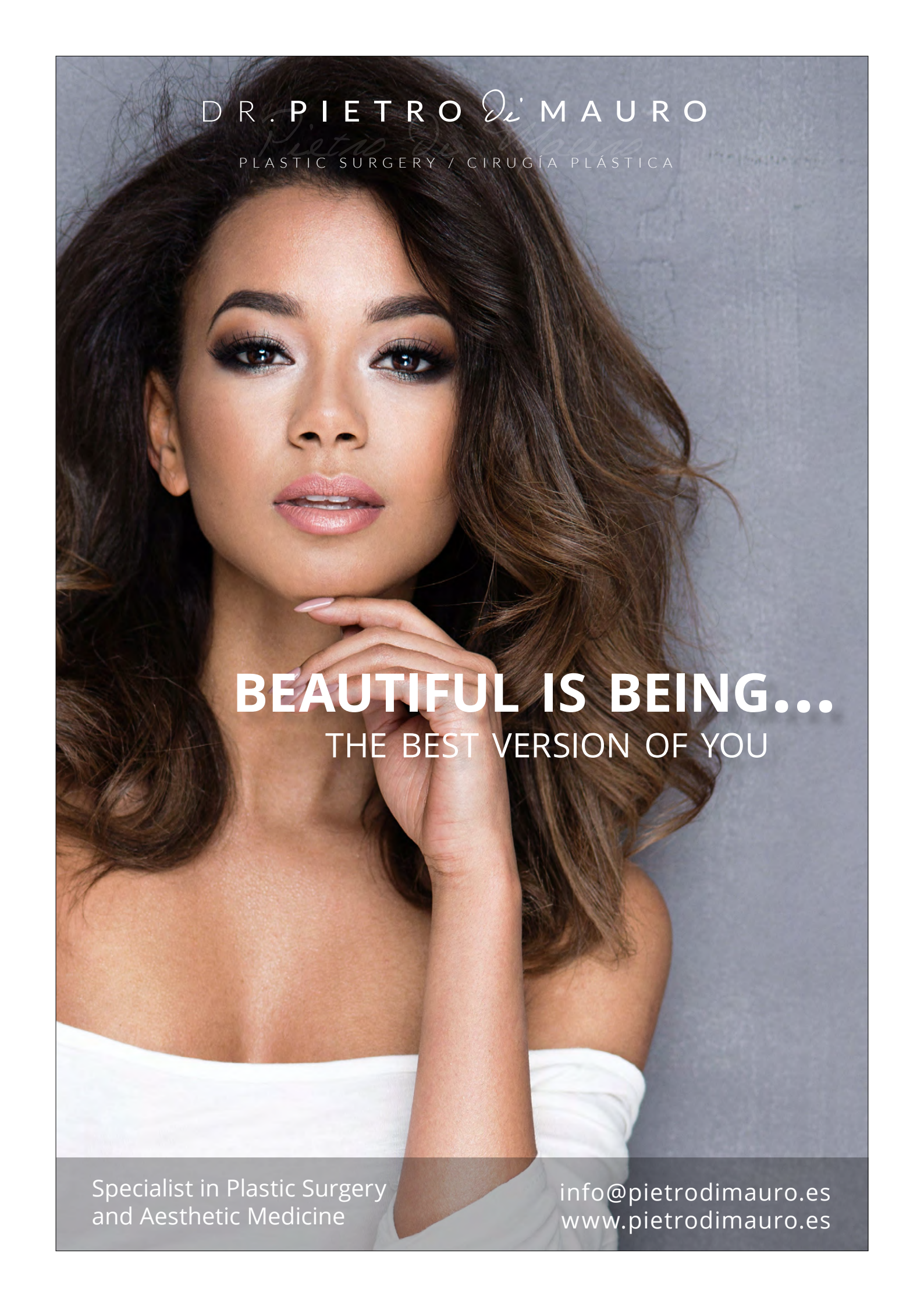
www.siestahomes.com

NORTH

BY NORTH



HIGH QUALITY DANISH BAMBOO FURNITURE | [NORTHBYNORTH.COM](https://northbynorth.com)

A close-up portrait of a woman with long, wavy brown hair, looking directly at the camera. She has her hand resting under her chin. She is wearing a white off-the-shoulder top. The background is a textured grey.

DR. PIETRO D' MAURO

PLASTIC SURGERY / CIRUGÍA PLÁSTICA

BEAUTIFUL IS BEING...
THE BEST VERSION OF YOU

Specialist in Plastic Surgery
and Aesthetic Medicine

info@pietrodimauro.es
www.pietrodimauro.es



TikTok... Ha llegado el momento de que tu empresa sea más visual?

La “nueva” red social, TikTok parece haber llegado a su cumbre durante la pandemia, ya que todos hemos tenido más tiempo libre. Este año se ha convertido en la aplicación más descargada en todo el mundo. Nosotros te podemos ayudar en entender cuáles serían los beneficios y las desventajas para tu empresa si utilizas esta plataforma, así será más fácil para ti tomar una decisión al respecto.

A la hora de considerar si TikTok es relevante o no para tu negocio, debes de atender a varios aspectos. Antes que nada, por si acaso no habías escuchado antes de esta red social, básicamente se utiliza para compartir vídeos cortos creativos tanto de música, como de baile o educativos. Es importante saber que los usuarios de Tiktok pasan una media de 52 minutos al día navegando en la aplicación, sólo un minuto menos de la media que se emplea en Instagram (53 minutos). También es una plataforma dónde los usuarios acceden varias veces al día por lo que es más sencillo que vean tu producto o servicio, si acabas decidiendo comercializarte en esta plataforma.

Es un error recurrente pensar que solo la utilizan adolescentes y niños, porque no es el caso. El público de TikTok ha

aumentado, cubriendo un mayor rango de edad que abarca de 18 a 24 años (38.8%), de 25 a 34 años (26.5%) y de 35 a 44 años (15.2%).

La mayor audiencia de la plataforma son mujeres, por lo que si este es tu nicho de mercado, puede ser un buen sitio para empezar a subir contenido.

LOS USUARIOS DE TIKTOK
PASAN UNA MEDIA DE 52
MINUTOS AL DÍA EN LA
APLICACIÓN.

Como hacer publicidad en TikTok

Hay muchas maneras de promocionar tu marca en TikTok. Una opción bastante reciente es a través de los anuncios. Es posible optar por anunciar tu producto a un público específico por una cantidad determinada de dinero, o, aún mejor, anuncios que se muestran en un lugar determinado del feed, como consiguiendo que el vídeo se reproduzca el primero al abrir la aplicación.

La plataforma está intentando mantener la plataforma fresca recomendado hacer TikToks y no anuncios, ya que no quieren que sea una obviedad que los vídeos son publicitarios. Como marca, también puedes crear tu propia cuenta para subir tus propios anuncios y contenido. Técnicamente, es una plataforma fácil de utilizar pero puede ser complicada si no tienes muchos seguidores.

Otras formas de atraer seguidores

Tienes que saber que la publicidad en TikTok puede ser muy cara. Si tu empresa no tiene mucho presupuesto a diferencia de grandes marcas como Nike o Disney, quizás TikTok no es lo que estás buscando. Hay varias formas de poner en marcha tu empresa en TikTok, como el uso de los hashtags que consigue que tu contenido llegue a nuevos seguidores. A la audiencia le encanta ver los retos, por lo que, ¡únete a ellos!

TikTok funciona a través de un algoritmo que solo muestra tus vídeos a tu público local y luego, si se empiezan a ser populares, comienza a mostrarlo a una

Para comenzar puede ser conveniente trabajar con personas influyentes que ya cuentan con un gran número de seguidores y que llegan a tu público objetivo. De esta manera, tu contenido se compartirá con un público que puede estar interesado en él. Otra opción son los “brand takeovers” donde un influencer se hace cargo de tu cuenta por un día, lo que conseguirá que sus seguidores vayan a verlo y si encuentran tu contenido interesante, comenzarán a seguirte, o mejor aún, comprar tu producto.

—“—

**HAZ TIKTOK, NO
ANUNCIOS**

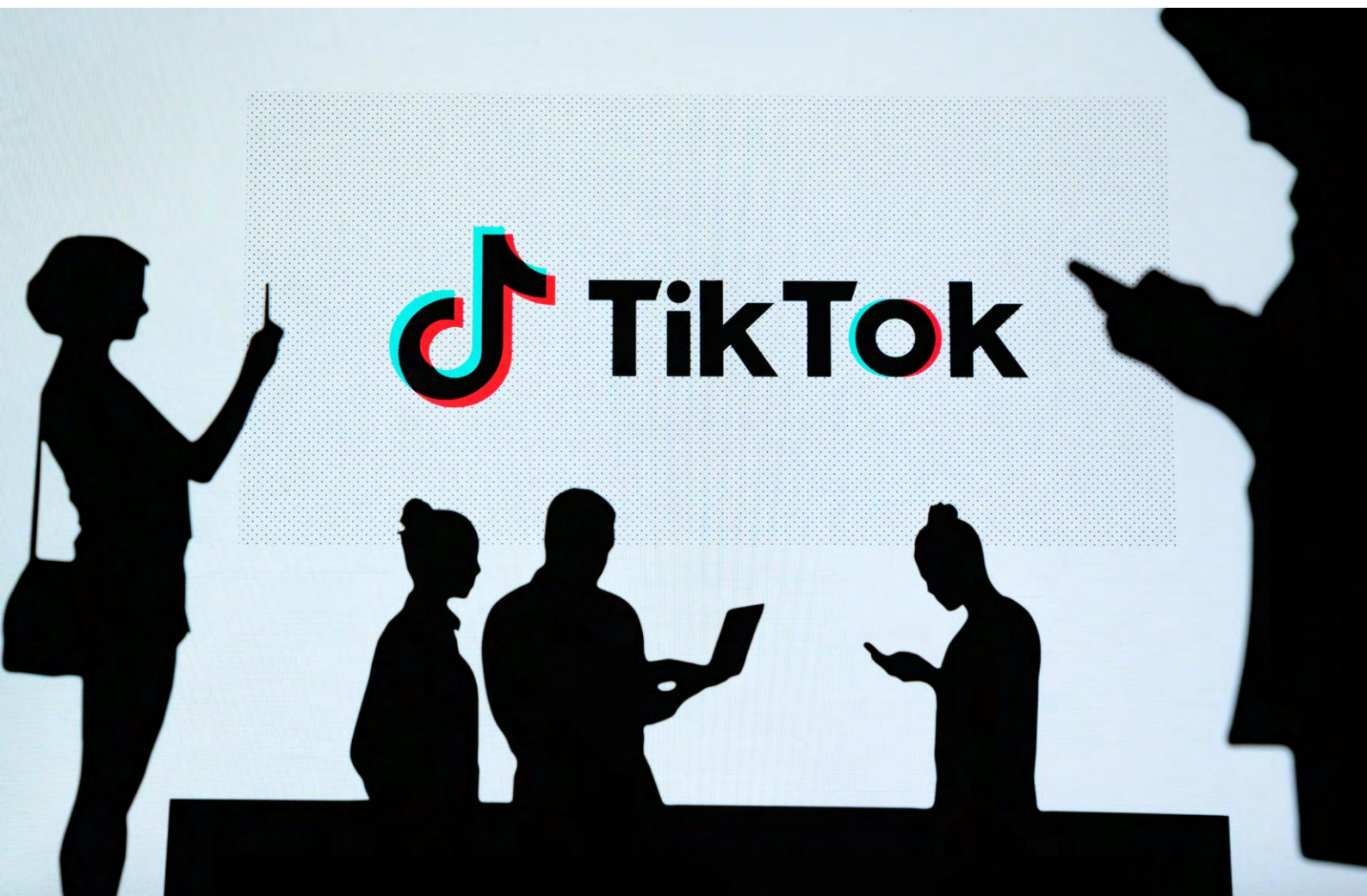
—“—

mayor audiencia. Si un vídeo no recibe ninguna visita en las primeras 48 horas, es probable que fracase. Es importante recordar que TikTok es una red social y al igual que en las otras, es fundamental que interactúes con la audiencia, respondiendo a los comentarios y mostrando interés en tus seguidores. Una gran idea es compartir tu cuenta de TikTok en tus otras redes sociales.

Adaptar tu estrategia de marketing a TikTok no es una tarea fácil, y conlleva mucho trabajo. Los usuarios normalmente ignoran los anuncios por lo que es importante que tu cuenta tenga credibilidad antes de publicar contenido comercial en los vídeos.

Como ya sabes, “el tiempo es oro” así que tienes que considerar si te merece la pena invertir tiempo y dinero en la nueva tendencia, TikTok, o si prefieres seguir un camino diferente.

*“El tiempo
es oro”*



NEUROMARKETING:

Los sentimientos impulsan las ventas y en consecuencia, los beneficios

¿Te has preguntado alguna vez por qué Google puede anticiparse a lo que los clientes quieren?

Lo que antes los negocios utilizaban para predecir los hábitos de compra, es decir, el análisis de la sociedad y la inteligencia social, se conoce ahora en el 2020 como “neuromarketing”.



¿Qué es el neuromarketing?

El neuromarketing es un método técnico para entender el comportamiento de los compradores mediante la medición de la actividad cerebral. Si se puede identificar cómo reacciona el cerebro a ciertos estímulos es posible entender cómo las personas toman las decisiones.

A diferencia de los estudios de mercado tradicionales que se basan en la calidad de las respuestas de los encuestados, el neuromarketing es completamente objetivo, ya que utiliza la tecnología para medir las reacciones del cerebro, como el nivel de atención y el compromiso emocional. En términos simples, cuando tienes una respuesta emocional a algo, tu cerebro se ilumina.

Comprar o no se decide subconscientemente en una fracción de segundo en la parte emocional del cerebro, lo que significa que si los vendedores pueden comunicar los estímulos correctos al cerebro, puede impulsar la decisión del consumidor hacia la “compra”.

El seguimiento de los ojos, la electroencefalografía (EEG) para registrar la actividad eléctrica del cerebro, la resonancia magnética funcional (fMRI) para detectar el flujo sanguíneo en el cerebro y la respuesta galvánica de la piel (GSR) que puede detectar la excitación emocional a través del sudor, son técnicas probadas.

Por supuesto, este tipo de tecnología no viene sin sus críticos. Los grupos de

consumidores se preocupan de que es una forma de lavado de cerebro para vender a los consumidores basura que no necesitan. También existe una gran preocupación en que este tipo de manipulación podría utilizarse para influir en los votos electorales. También hay un interrogante sobre si los patrones de comportamiento del cerebro mostrados en el laboratorio pueden no ser los mismos cuando el consumidor está fuera en el mundo real. Posiblemente el mayor obstáculo es que este tipo de investigación tiene un elevado coste que llega a ser inaccesible para la mayoría de los negocios.

Dejando de lado cualquier preocupación, grandes marcas con presupuestos aún mayores, como Microsoft y Google ya utilizan el EEG para comprender mejor la “experiencia de usuario” y para medir la eficacia de las nuevas características.

Apunta a las respuestas emocionales - el cerebro reptil

El gurú francés del marketing Gilbert Clotaire Rapaille* explicó la razón por la que el Neuromarketing es tan efectivo. La parte más antigua del cerebro humano, el “cerebro reptil” es responsable de respuestas instintivas como “pelear o escapar”, comer, beber y respirar, de hecho cualquier cosa que nos mantenga vivos.

“Mi teoría es simple, el cerebro reptiliano siempre gana, no importa lo que vayas a decir intelectualmente.”

En otras palabras, los sentimientos impulsan las compras y en consecuencia, los beneficios, y esto es en lo que debe centrarse tu mensaje de marketing. Las estadísticas y los gráficos son importantes pero se olvidan fácilmente, mientras que las imágenes e historias que provocan emociones no lo harán.

Alivia el dolor

Se le conoce a Christophe Morin de SalesBrain como el ‘Jefe del Dolor’, ya que él cree que para lograr que una persona compre un producto es necesario que llegue a su cerebro reptil, porque aquí es donde se controlan el miedo y otras emociones. Estas son las técnicas que pueden estimular las emociones deseadas en los compradores:

- Las personas tratan de evitar el dolor, por lo que los vendedores deben identificar los puntos de dolor conscientes o inconscientes de los compradores.
- Mostrar a los compradores su vida sin el producto.
- Hacerlo visual. No sólo lo digas, muéstralo también.
- Mantenerlo simple. Si el lenguaje

es demasiado complicado o inteligente, el mensaje será demasiado difícil de procesar.

e. Comienzo y final fuerte. El medio importa pero el primer y último punto será el recordado.

f. Usar la emoción hace más fácil que el mensaje sea recordado.

g. Mostrarle a la gente cómo sus vidas mejorarán con el producto.

Entonces, ¿cómo pueden las PYMES sin un gran presupuesto aprovechar el Neuromarketing? Haz una investigación, Google es una mina de oro y también seguro que tu empresa de marketing conoce muchas de estas técnicas.

**Entrevista con Clotaire Rapaille en Frontline.
<https://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/persuaders/interviews/rapaille.html>*

100% Certified Green Energy



SAVE UP TO 35% ON YOUR ELECTRICITY BILL

Switch with Mariposa Energía

It's easier than flicking a switch!

No need for any new equipment or any work to be done.

Simply send us a recent bill and we will show you how much you can save.



WE ALSO INSTALL SOLAR PANELS

Generate Your Own Electricity with Solar PV Panels

Instantly reduce your bill and get paid for any surplus you produce.

CONTACT US NOW!

+34 951 120 830 | INFO@MARIPOSAENERGIA.ES

WWW.MARIPOSAENERGIA.ES



since 2004
Redline
company.com

IT'S BEEN A LONG JOURNEY...
16 YEARS!

HAPPY BIRTHDAY REDLINE COMPANY



GET NOTICED WITH
www.redlinecompany.com