

Redline

M A G A Z I N E



redlinecompany.com

n° 25 - 2023



since 2004
Redline
company.com



04

¡Impulsa tu negocio gracias al regalo de 19 cumpleaños de Redline!

06

¡La celebración sigue!

14

Cómo fidelizar a los clientes con su estrategia de marketing

20

Caso de Éxito: Churchill Books

28

Cómo mejorar tu página de empresa en LinkedIn

32

Caso de Éxito: Rosso Corsa



Carta del Editor

Bienvenidos a la 25ª edición de la revista online de Redline.

En esta edición, estamos emocionados de celebrar el 19º año de Redline Company como agencia de marketing de referencia en la Costa del Sol y más allá... En línea con el compromiso de Redline con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), en lugar de organizar una fiesta, decidimos ofrecer ayuda a un negocio u organización por un valor de 1,919.19€. Si quieren saber más sobre esto, pueden leer acerca del ganador de nuestro regalo de cumpleaños, 'High5Girls', un proyecto danés sin ánimo de lucro, en la página 4.

Además, para conmemorar la ocasión, el equipo pasó un divertido día de trabajo en equipo en 'Studio Cerámica' en Estepona, donde trabajamos juntos para crear una pieza de arte de cerámica corporativa, página 6.

También en esta edición, proporcionamos consejos sobre 'Cómo construir la lealtad del cliente con tu estrategia de marketing' (página 14) y 'Cómo mejorar la página de su empresa en LinkedIn' (página 28).

Sin olvidar que en este número mostramos parte de los servicios de marketing que brindamos a dos de nuestros clientes favoritos de Marbella; Churchill Books lanzado por la empresaria más joven de Marbella (página 20), y Rosso Corsa, el mayor concesionario de Ferrari en el sur de España (página 32).

Y, por supuesto... como ya no falta mucho para la Navidad y el Año Nuevo, es el momento de pensar en el 2024 y cómo puedes impulsar tu negocio, así que, si quieres comenzar el 2024 con tu empresa en el siguiente nivel, ¡ponte en contacto con nosotros ahora!

Llámanos al 952 816 678.

¡Disfruta la lectura!

Line Lyster

Managing Director Redline



¡Impulsa tu negocio gracias al regalo de 19 cumpleaños de Redline!

La agencia de marketing con sede en Marbella, Redline Company, celebró su 19º aniversario ofreciendo servicios de marketing gratuitos para impulsar una empresa. Tras recibir numerosas propuestas interesantes e imaginativas, el proyecto de la ONG High5Girls, con sede en Copenhague, ha sido anunciado como la empresa que se beneficiará de servicios de marketing gratuitos por un valor de 1.919,19 €.

En qué consistía el regalo de Redline

La propuesta estaba abierta a cualquier empresa, organización o emprendedor con un concepto interesante que pudiera beneficiarse de la experiencia de recibir los servicios de marketing de Redline. La asistencia proporcionada por nuestro equipo era completamente adaptable a las necesidades de esta propuesta y podría ir desde la creación de una estrategia de marca, de campañas de generación de leads, SEO, etc. Redline buscaba ideas que fueran beneficiosas para la comunidad, por eso cuando nos llegó la propuesta de High5Girls vimos claro que tenía que ser la elegida.

Ayudando a un proyecto sin ánimo de lucro

La fundadora y directora de Redline Company, Line Lyster, declaró: "Sabemos que muchas empresas están luchando por comenzar o recuperar el terreno perdido durante la pandemia, por lo que no nos sorprendió recibir tantas propuestas. Pero, al final elegimos a High5Girls, porque nos encanta la idea de ayudar a las mujeres y a las niñas a disfrutar del aprendizaje y el trabajo en el campo de la Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM). Nuestro equipo, que es mayoritariamente femenino, además de internacional también lo tuvo claro cuando vio la propuesta de High5Girls". "High5Girls es una ONG sin ánimo de lucro, lo que significa que depende de voluntarios y donaciones para lograr sus objetivos. Este proyecto, con sede en Copenhague, representa varios aspectos de los ideales de Redline Company y es una prueba más de su amplia gama de clientes internacionales".

Acerca de High5Girls

High5Girls es un proyecto diseñado para fomentar el interés de las niñas y ofrecerles herramientas para que se desarrollen en campos STEM, así como para incrementar su confianza en sus propias habilidades como emprendedoras dentro del desarrollo tecnológico

La pionera detrás de High5Girls es Marianne Andersen, una ingeniera electrónica con 25 años de experiencia en la industria Med Tech. Fue la única mujer en una clase de 32 estudiantes y una de las pocas mujeres en la industria corporativa de Med Tech. El concepto de High5Girls nació de la idea de querer compartir sus conocimientos y de la alegría que supone el aprendizaje y el trabajo en campos STEM. Además de querer lograr una mayor diversidad de género en este sector en el futuro.



Este proyecto tiene como objetivo dar un High5 (choca esos 5) a las niñas. Los modelos a seguir y los referentes son un elemento clave en el desarrollo

de cualquier persona. Por eso, este proyecto cuenta con más de 100 profesionales y referentes femeninos internacionales de la industria STEM a seguir, que crean narrativas positivas sobre las mujeres y sus posibilidades de desarrollo en el sector STEM. El aprendizaje de estos valores se imparte a través de campamentos, debates, podcasts, eventos de networking, entre otras actividades.

Estos referentes provienen del sector privado, son emprendedores o provienen de universidades donde estudian o investigan en el sector de la tecnología o la sostenibilidad. Estas profesionales tienen acceso a conocimientos y tecnología de vanguardia que pueden motivar a estas niñas, además de proporcionar a estas jóvenes de una red de mujeres que las apoyan en su formación. Todo esto lo que quiere es establecer una base sólida para que más niñas descubran su vocación en el sector STEM.

Acerca de Redline Company

Fundada en 2004, Redline Company cuenta con un talentoso equipo creativo de profesionales internacionales con experiencia en marketing, diseño gráfico, diseño web, redacción, relaciones públicas, redes sociales y mucho más. La empresa tiene su sede en la Costa del Sol y su clientela se extiende por toda Europa, Asia y el Reino Unido.

since 2004
Redline
company.com

+ ¡La celebración sig



El equipo de
Redline en
Studio Cerámica

¡ue!

C U M P L E A Ñ O S D E R E D L I N E

La celebración del 19º cumpleaños de Redline continuó en el súper creativo y acogedor local que tiene Studio Cerámica en Estepona.

La soleada mañana del 6 de octubre, el equipo de Redline Company recibió una cálida bienvenida en Studio Cerámica,

un estudio de pintura cerámica ubicado en el corazón de Estepona.



¡Vamos a pintar!

¡Pinceles listos para que comience la pintura!



C U M P L E A Ñ O S D E R E D L I N E

Una vez equipado con todas las herramientas y materiales necesarios para pintar la cerámica, el equipo comenzó con su obra de arte colaborativa, comenzando juntos así un viaje colorido y creativo.

Este año en Redline Company se decidió tomar un enfoque diferente para celebrar nuestro 19º aniversario. Todo el equipo colaboró en un proyecto creativo en Studio Cerámica, la tarea era que cada persona pintara varios diseños ya delineados en la cerámica por números, que al unirse crearan una gran obra de arte. Fue un verdadero trabajo en equipo para que el dibujo cuadrara, además ¡fue una manera diferente de celebrar el aniversario de Redline!

Normalmente, cada miembro del equipo de Redline está ocupado trabajando y proporcionando servicios de marketing especializados a nuestros clientes, pero en este día, quisimos salir de nuestra zona de confort y probamos algo nuevo. ¡Quién iba a saber que la pintura cerámica podría ser tan divertida y beneficiosa para el equipo! Con paciencia, pinturas y pinceles, asumimos el desafío, y algunos de nosotros descubrimos talentos artísticos ocultos.

Para poder preparar esta actividad, uno de los diseñadores gráficos de Redline hizo el diseño que se esbozaría en los azulejos individuales, que luego se distribuyeron entre el equipo. Algunos azulejos eran más difíciles porque contenían muchos detalles, mientras que otros lo tuvieron mucho más fácil, pero el enfoque principal de esta aventura creativa era hacer algo en equipo, con la colaboración y la energía de todos.

Durante el tiempo que el equipo de Redline estuvo allí, Studio Cerámica se llenó de energía y risas mientras todos trabajaban juntos y comenzaban a ver el resultado general de lo que estábamos creando. Una vez que cada azulejo fue pintado, se colocaron juntos para revelar un mural de la marca de Redline Company. Fue una gran sorpresa. En total, pintamos 16 azulejos, que serían cocidos en el horno y que podrían recogerse una semana después.

Si alguna vez necesitamos recordar el poder y la diversión de trabajar como un equipo unido, basta con echar un vistazo a la obra maestra que pintamos ese día y que hemos colgado en la pared de la oficina de Redline.

¡Feliz 19º aniversario Redline!

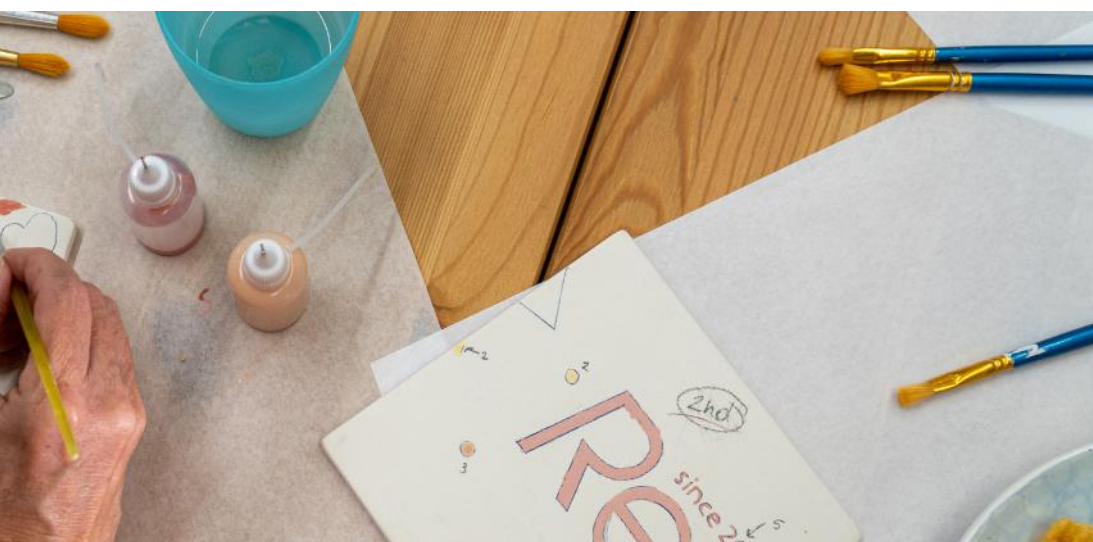




Acerca de Studio Cerámica

Studio Céramica es un estudio de cerámica acogedor y creativo, que está ubicado en el casco antiguo de Estepona. Tú decides qué te gustaría pintar, ya que hay una gran variedad de piezas de cerámica listas para usar, desde platos y tazas hasta huchas, para que elijas. Te enseñan cómo utilizar técnicas y herramientas especiales que hacen que la pintura sea fácil, ¡lo que significa que cualquiera puede crear una obra maestra! Después de terminar, Studio Cerámica esmaltará y cocerá tu cerámica, lo cual dilatará el proceso entre 24 y 28 horas. Los pedidos suelen completarse en 5 o 6 días, después de eso, ¡puedes recoger tu obra maestra y atesorarla para siempre!

+34 646 50 26 16
info@studioceramica.es

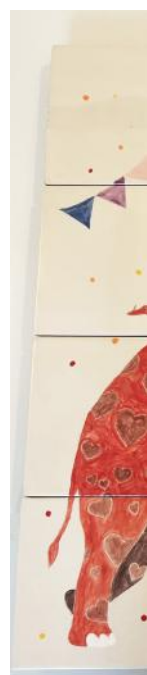


¡Pintar por números requiere una precisión similar a la de un cirujano; de lo contrario, tu obra de arte podría terminar siendo colorida pero caótica!

Trabajo en equipo

C U M P L E A Ñ O S D E R E D L I N E

Trabajando como equipo y combinando nuestras azulejos pintadas individualmente, pudimos crear una obra de cerámica bellamente elaborada, que es la prueba real del esfuerzo y dedicación del equipo. ¡Qué obra maestra!





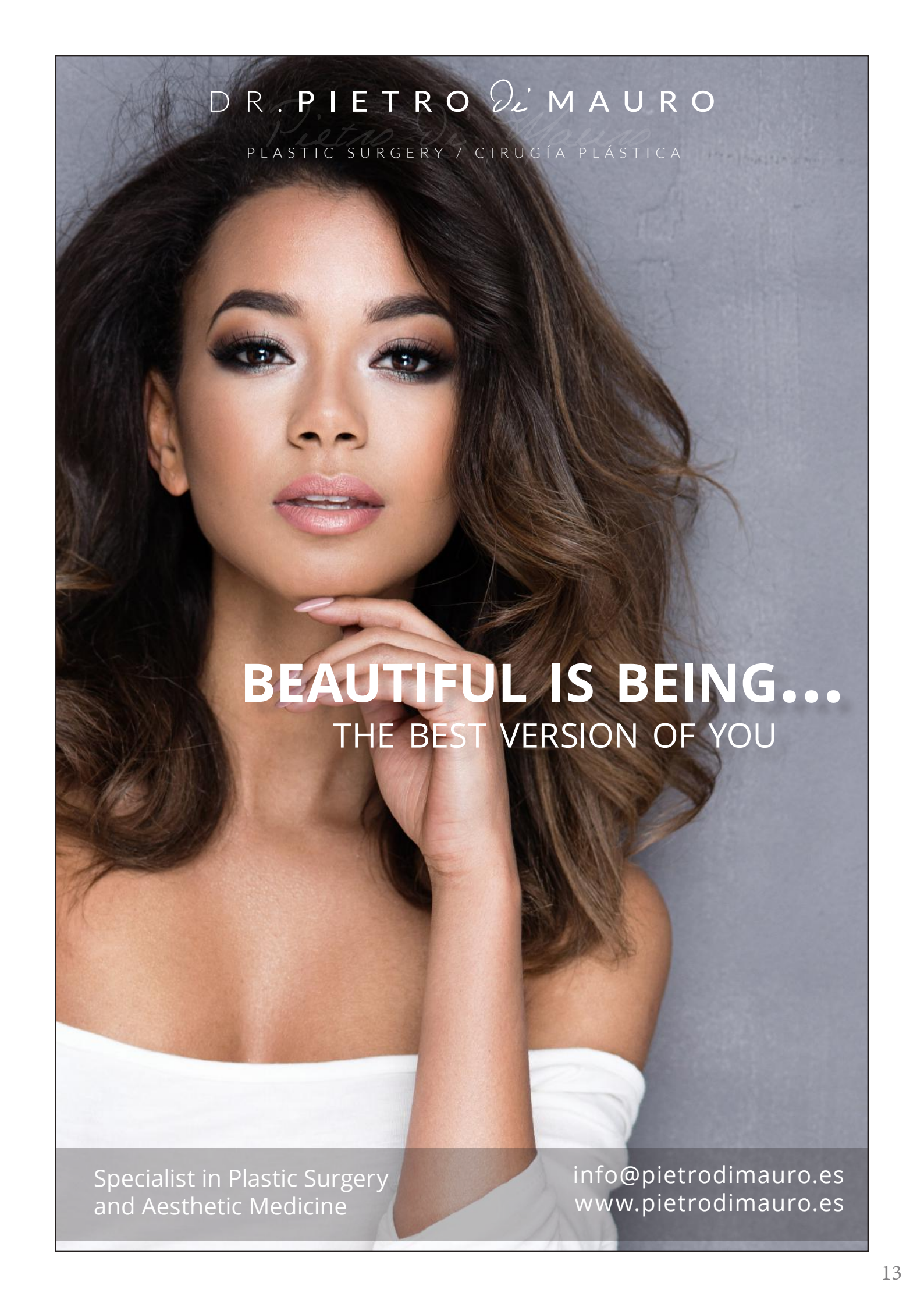
¡El resultado final!



 **ROSSO**
CORSA



THE LARGEST STOCK OF FERRARI IN SPAIN

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 solid grey color.

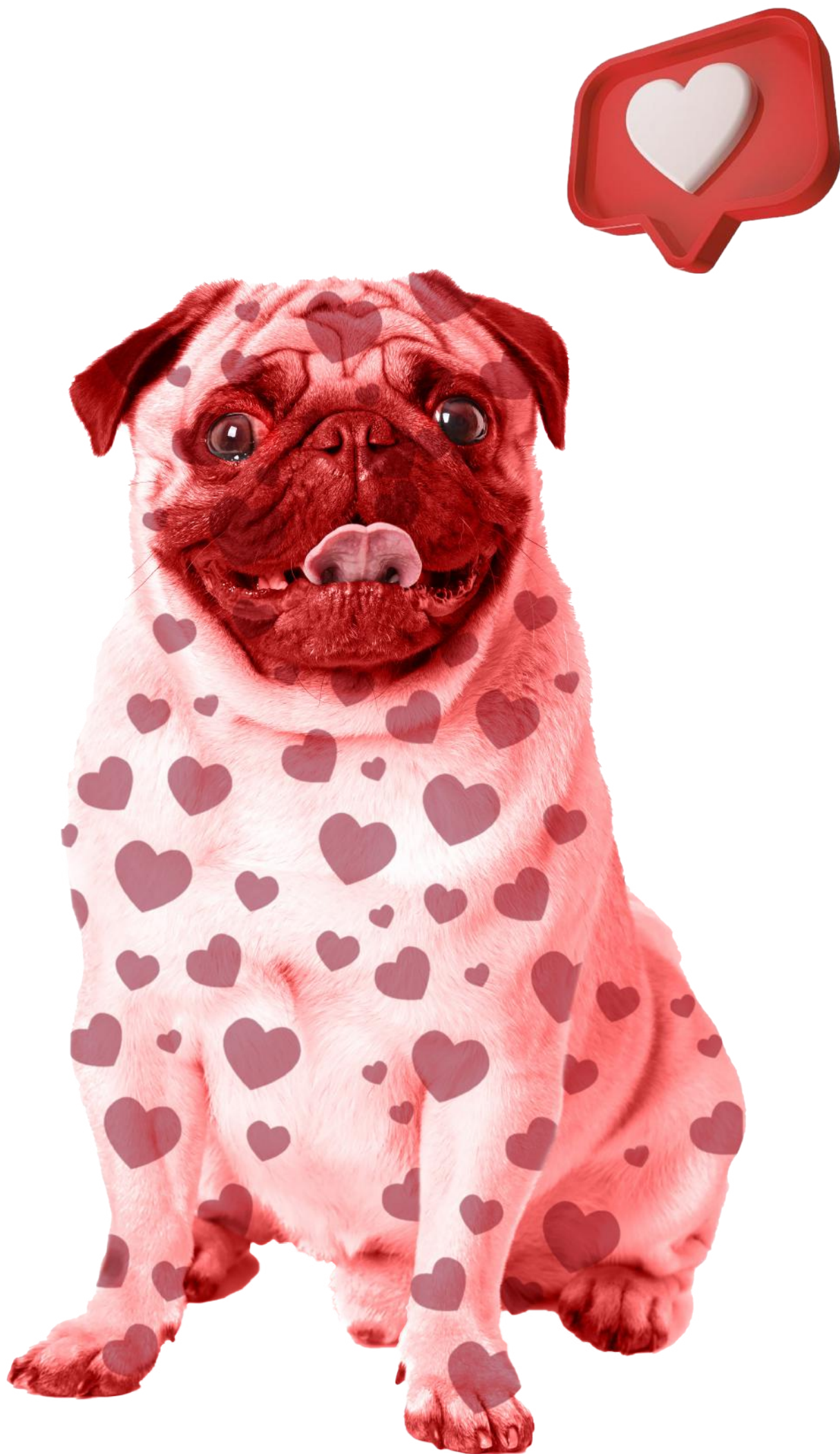
DR. PIETRO D' MAURO

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



CÓMO FIDELIZAR A LOS CLIENTES CON SU ESTRATEGIA DE MARKETING

¿Debería estar centrado el marketing únicamente en conseguir nuevos clientes(leads)? ¿Debería ser su único objetivo? ¿Deben ser los nuevos clientes potenciales nuestra prioridad? ¿O debemos, por el contrario, tratar de fidelizar a nuestros actuales clientes? Si alguna vez te has hecho alguna de estas preguntas, es importante que entiendas primero la importancia de diferenciar entre la captación y la fidelización de clientes.

CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1.

La captación de clientes es el proceso de atraer e incorporar nuevos clientes a su empresa, mientras que la fidelización de clientes es el proceso de retener a los clientes existentes a largo plazo, manteniéndolos activos y satisfechos. Ambos son importantes para el crecimiento y la estabilidad de una empresa, pero para la mayoría de las marcas, la captación de clientes parece ser el objetivo principal.

Según una investigación del portal Peertopeermarketing, el 44% de las empresas se centra en la captación de nuevos clientes, frente a sólo el 18% que lo hace en la retención. Por eso, en este artículo, explicaremos por qué los clientes existentes también merecen su atención y daremos algunos consejos sobre cómo retenerlos

CUIDAR A SUS CLIENTES = CUIDAR SU INVERSIÓN

El proceso de generar clientes potenciales que posteriormente se conviertan en clientes a largo plazo puede ser largo y costoso. Los estudios demuestran que captar un nuevo cliente puede costar entre cinco y siete veces más que retener a uno ya existente. Por lo tanto, después de haber invertido tanto tiempo y dinero en captar nuevos clientes, lo más lógico es cuidar la inversión realizada fidelizándolos.

No hay tantas barreras para cerrar una venta cuando se comercializa con clientes existentes. Ya conocen tu marca, les gusta y confían en ella, lo que significa que gastarán más dinero en sus productos o servicios. Por ello, es obvio que debes cuidar a estos clientes, ya que es mucho menos costoso conseguir negocios ya realizados con anterioridad, "repetirlos" que adquirir nuevos clientes, ya que no tiene que empezar de cero para convencerles de que depositen su confianza en su producto o servicio.

2.

COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN

3.

Una vez que tenemos claro que es muy importante retener a sus clientes actuales, el siguiente paso es establecer una estrategia para fidelizar al cliente a través de la comunicación y el compromiso del cliente con nuestra marca. La comunicación y la interacción con el cliente son fundamentales para crear afinidad y una relación duradera con la marca.

Una campaña de acciones de marketing continua y coherente puede reforzar los valores de tu marca, aparte de demostrar que te preocupas por tus clientes (actuales y futuros). La fidelidad de los clientes aumenta cuando sienten una conexión con la marca o productos, y es en ese momento, cuando pueden establecer una relación con la empresa.

CONTENIDOS QUE CAPTAN LA ATENCIÓN

Hay muchos canales de comunicación que pueden utilizarse para sus campañas de marketing y para transmitir tu mensaje a los clientes, desde banners en páginas web a newsletters, blogs, publicidad digital y redes sociales. Uno de los métodos más eficaces es una campaña a través de las redes sociales. Un perfil activo en las plataformas de medios sociales más

importantes puede ayudarle a aumentar su alcance, a conectar con sus clientes y a permitir una interacción real con ellos.

Por supuesto, una vez que tenga un perfil creado, es importante nutrirlo con contenidos valiosos y atractivos que sean de interés para sus clientes y les animen a interactuar con su perfil. Cuando hablamos de contenido, podemos referirnos a cualquier cosa, desde imágenes, a breves publicaciones en las redes sociales, y hasta artículos y blogs en profundidad.

4.





COMUNICACIÓN PERSONALIZADA

Todos los puntos comunicativos que estés utilizando para tu empresa son importantes, es decir, esos puntos de comunicación tienen que ser accesibles y relevantes a cada cliente, para que les resulte útil comunicarse con su empresa cuando quieran, ya que eso les dará la impresión de que se preocupa por sus necesidades. Por ejemplo, si envías una Newsletter, debes asegurarte de que el contenido es personalizado y que sabes qué necesidades y problemas tienen tus clientes para poder comprenderlos y mejorar tu servicio en base a eso. Para poder entender a tu clientela de una manera clara, necesitas datos, por ello debes crear una base de datos, recopilando, registrando y analizando sistemáticamente la información y los datos cuantitativos y cualitativos que se producen con las ventas de tus productos.

COMUNICAR LAS VENTAJAS QUE OFRECE LA MARCA

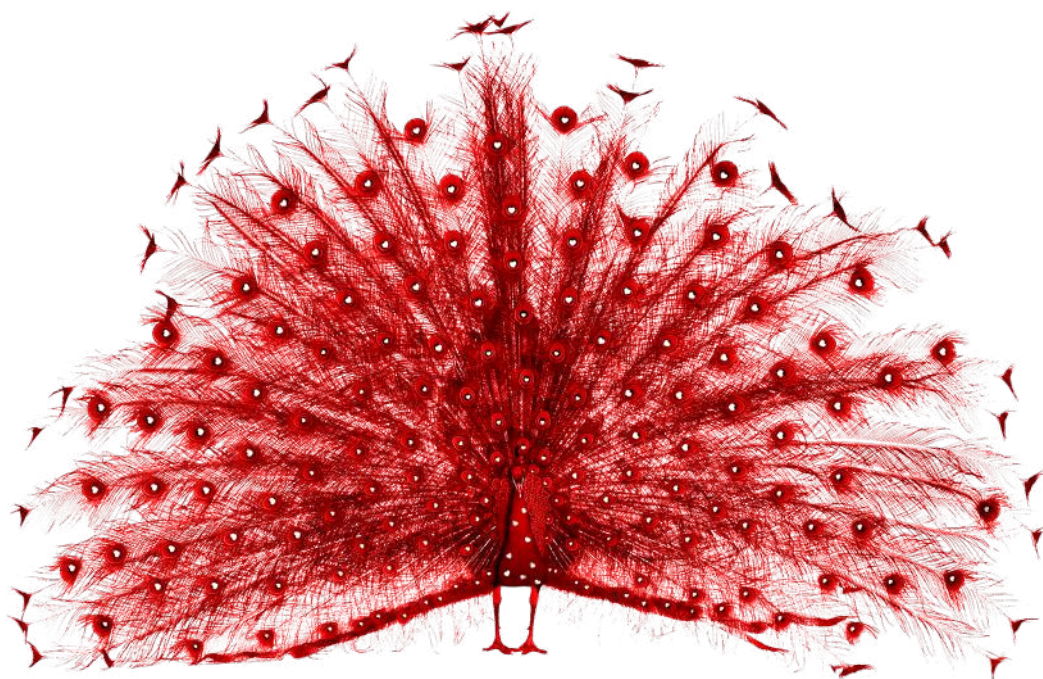
En un mercado tan competitivo como el actual, la fidelidad del cliente puede ganarse asegurándote de que los clientes reconocen los puntos fuertes de tus productos y aprecian las características que diferencian a tu empresa (o al producto) de los productos de la competencia. La clave está en mantener abiertas las líneas de comunicación entre tu empresa y los clientes, para recordarles constantemente que son clientes valiosos y para recordarles las ventajas de utilizar tu producto o servicio.

6.

SISTEMA DE FEEDBACK

7.

Uno de los elementos más importantes de una estrategia de fidelización de clientes es implantar un sistema de recepción de opiniones que asegure a los clientes que realmente te preocupas por su nivel de satisfacción. El objetivo es recoger y analizar las opiniones y comentarios de tus clientes, porque si no está al tanto de cualquier problema o queja, no podrá resolverlo, ni podrá mejorar. Una respuesta rápida, por ejemplo, demuestra tu dedicación y canales como las redes sociales te permiten mantener conversaciones en tiempo real, en cualquier momento y lugar, con tus clientes. No olvide que la satisfacción del cliente conduce a su fidelidad, que a su vez conduce a más ventas y a la rentabilidad de tu empresa.





Improve energy efficiency and reduce your electrical bills

With Tutum Energy's technology



aquapool
SPAS



YOUR hot tub
OUR passion



Spain's largest and longest established HotSpring Spas dealer.
Servicing and selling spas exclusively since 2003.



EXECUTIVE HEALTH



Detecting issues before symptoms show can
SAVE YOUR LIFE

executivehealth.es

G&S Clearance
fast, affordable waste removal

Fast, affordable and reliable waste management services in Brighton

- ◀ Office clearance
- ◀ Building sites
- ◀ WEEE waste
- ◀ Probate House clearance
- ◀ And much more



+44 1273 3030278 | gsclearance.co.uk

Churchill Books

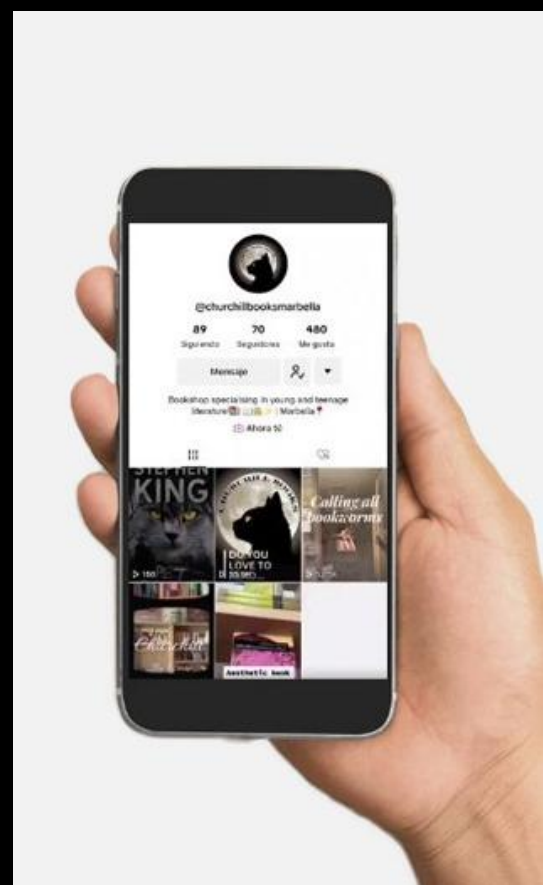
Churchill Books es una librería especializada en Marbella dirigida al mercado adolescente, y se destaca por ser el proyecto apasionante de la hija de 11 años de un cliente de Redline. La tarea inicial de Redline fue redactar y distribuir un comunicado de prensa para promocionar el lanzamiento, lo cual involucró servicios de redacción, enlace con la prensa y recopilación de recortes de prensa. Luego, se diseñaron carteles en formato A4 para exhibir la cobertura de prensa en la tienda. Además, diseñamos y desarrollamos un nuevo sitio web, con textos originales. Creamos cuentas en redes sociales, les dimos estilo y las vinculamos al sitio web. Redline también organizó una sesión de fotos con nuestro fotógrafo interno.

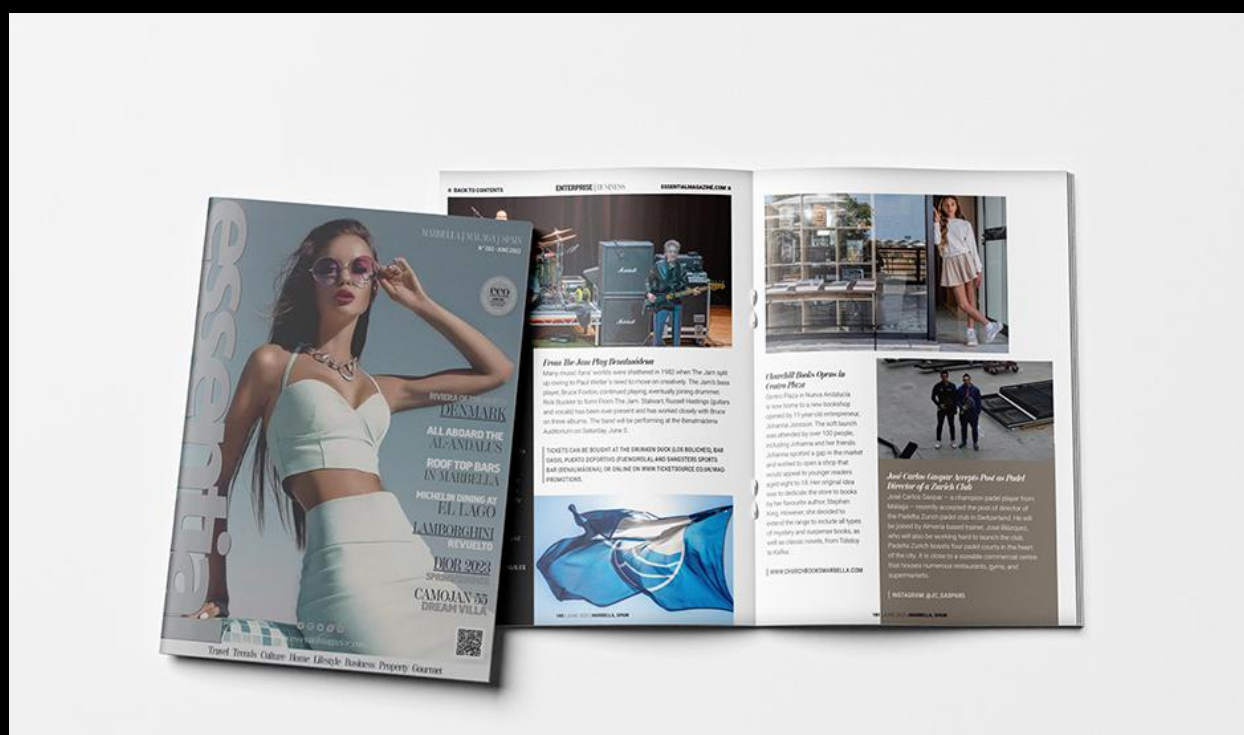
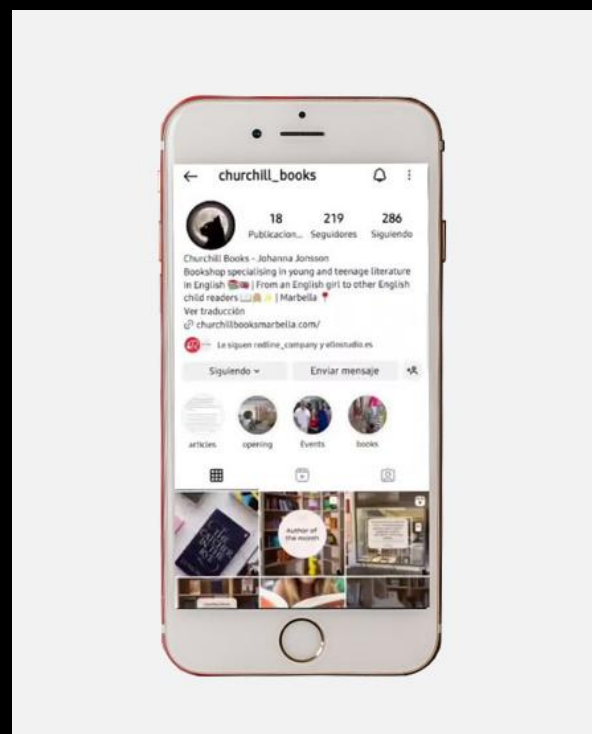


Churchill Books
es un proyecto
de Redline



Nuestros Trabajos





DISEÑO GRÁFICO: sitio web, carteles en formato A4, estilo de redes sociales.

DISEÑO Y DESARROLLO DE SITIOS WEB

REDES SOCIALES: estilo.

REDACCIÓN: comunicado de prensa, contenido en línea.

VIDEO Y FOTOGRAFÍA: fotografía profesional.

Sesión de Fotos







3D software og efteruddannelse til visualisering og skitsering af projekter, produkter og bygninger.

+ 45 7070 2360 | info@3dshoppen.dk | www.3dshoppen.dk



Cape Reed

international



Exclusive Living. Naturally.



GRAPEVINE
PROPERTIES

The property specialist for Inland Malaga.

If you are buying or selling in Inland Malaga, there is really only one phone number you need:

Tel. +34 962 457 761

grapevine-properties.com



o
página



Cómo mejorar tu de empresa en LinkedIn

“Como una cabra montesa, debes avanzar paso a paso y tener fe en cada paso que des.”



LinkedIn es una de las redes sociales más importantes para las empresas, si no la que más. Es una plataforma que permite a las empresas crecer a través de la creación de la imagen de marca y gracias a la facilidad para generar contactos, tanto en el mercado B2C como en el B2B.

Si tienes una cuenta de empresa en LinkedIn, debes preguntarte si le estás sacando el máximo partido. Debes saber y ser consciente de todo el potencial que tiene LinkedIn para promocionar tu negocio. En este blog conocerás los pasos que puedes seguir para asegurarte de que tu página de empresa de LinkedIn está totalmente optimizada.

Sin embargo, es importante que comprendas que debes planificar tu estrategia, trabajar en ella y esperar un tiempo a que estos cambios se asienten y tu cuenta crezca. Podemos pensar en el crecimiento de nuestra cuenta de LinkedIn con el símil de la cabra montesa, se debe avanzar paso a paso y tener fe en cada paso que des, para así poder obtener resultados.



Optimiza tu página para SEO

La forma más eficaz de conseguir que más gente visite tu página es utilizando palabras clave. Cuando escribas un post, o la descripción de la página, debe tener en cuenta este hecho, estos textos deben estar llenos de palabras clave. Gracias a estas palabras clave la gente encontrará rápidamente su página a través de los diferentes motores de búsqueda, como por ejemplo Google. Si no sabes cómo obtener palabras clave, puedes empezar usando la ubicación, el sector y las especialidades de tu empresa.

Perfil de empresa

Lo primero que ven los usuarios cuando consultan el perfil de tu empresa es la descripción y el banner. Por lo tanto, debes asegurarte de presentar un mensaje sólido y relevante en la descripción. Para ello, puedes seguir esta lista, para ver que cumples con lo necesario:

- Visión: ¿Qué futuro queremos ayudar a construir?
- Misión: ¿Cómo creamos ese futuro?
- Valores: ¿Quiénes somos? ¿Cómo trabajamos?
- Posicionamiento: ¿Qué hace diferente a nuestra marca?
- Eslogan: Nuestra marca resumida en una línea.
- Productos/Servicios: Esto es lo que ofrecemos.

Marca corporativa

La imagen del banner ocupa una gran cantidad de espacio en la parte superior de tu perfil, por lo que es la imagen más importante. Debe tener el estilo de la marca de tu empresa, mostrando claramente el nombre (y el eslogan si tienes uno) y los datos de contacto (puedes encontrar plantillas en Canva.com o Google). Y lo más importante, debes añadir un enlace a tu sitio web.

Participa con hashtags comunitarios

Si aún no lo estás haciendo, empieza a seguir 3 hashtags populares que sean relevantes para tu empresa en el panel de hashtags de la comunidad en LinkedIn. Cuando hayas añadido unos cuantos hashtags al panel de hashtags, podrás entrar en un feed que sea relevante en tu sector, y ahí tendrás la oportunidad de reaccionar y comentar las conversaciones, y comenzar a interactuar. Esto dará a tu empresa una mayor exposición a audiencias relevantes, relacionadas con tu sector.

Otra forma de ganar tráfico a través del panel de hashtags de la comunidad es mencionando a una empresa o persona influyente que admires, y por supuesto, debes intentar que no sea un competidor directo. Esto aumentará la probabilidad de que la empresa o persona influyente vuelva a publicar tu comentario, o interactúe con él, lo que te proporcionará exposición a una nueva audiencia que podría estar interesada en tu empresa.



Ajustar el contenido mediante el análisis de páginas

Una herramienta que la mayoría de la gente olvida utilizar es Google Analytics. La herramienta Analytics le ofrece una visión general de los posibles clientes potenciales, los visitantes de su página, los seguidores y los competidores. Tener esta herramienta es una gran ventaja, ya que puedes ajustar el contenido de tu página en función del análisis que te proporcione la herramienta teniendo en cuenta diferentes factores, como, por ejemplo, la edad y el sexo de tus seguidores.

Otro método, de eficacia comprobada, para aumentar el interés por el contenido de tu página es incluir mucho contenido visual, ya que las imágenes y vídeos originales tienden a destacar y a captar la atención del espectador. El Dr. Lynell Burmark afirmó: "...a menos que nuestras palabras, conceptos e ideas estén enganchados a una imagen, nos entrarán por un oído, navegarán por el cerebro y nos saldrán por el otro".

Compartir en las redes sociales

Una de las mejores formas de dar a conocer tu página de LinkedIn es compartirla en otras plataformas de redes sociales, como Facebook e Instagram. Sin olvidar que, el boca a boca también es importante y, si tienes un equipo de empleados, ellos también podrían la cuenta de LinkedIn en sus perfiles.

Por último, y lo más importante, debes actualizar periódicamente la cuenta de LinkedIn de tu empresa. Esto es crucial, tanto para informar a los seguidores de cualquier actualización, cómo para hacer un recordatorio de cuál es tu empresa. Esto también ayudará a tu posicionamiento en Google, ya que un contenido fresco y constante ayuda al motor de búsqueda a reconocer tu página como una fuente de información activa y valiosa. Y seamos sinceros, ¡nadie quiere seguir una página que no se actualiza y no tiene publicaciones nuevas!

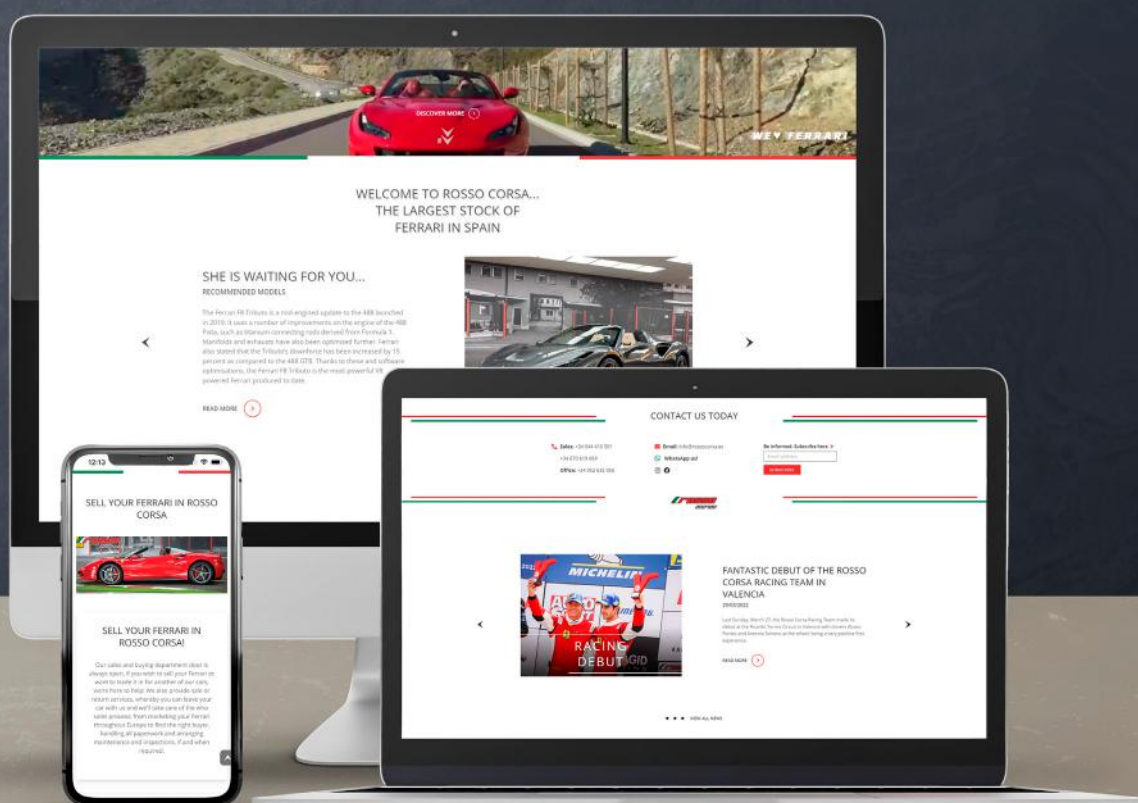


CASO DE ÉXITO

Este cliente es un especialista en Ferrari y tiene su sede en Marbella. Rosso Corsa necesitaba ayuda para crear una nueva web que reflejara la calidad premium de sus productos y atrajera a su público objetivo. Además del diseño y desarrollo de una nueva web mucho más elegante, proporcionamos servicios de investigación de palabras clave, redacción, edición y traducción en tres idiomas (inglés, español e italiano). Redline también llevó a cabo actividades regulares de marketing mensualmente, que incluyeron el diseño, redacción y programación de boletines (newsletters), la configuración y gestión de campañas de Google Adwords y remarketing, y SEO.

NUESTROS TRABAJOS

- Diseño y desarrollo del sitio web en WordPress (totalmente adaptado para todos los dispositivos en inglés, español e italiano).
- Diseño gráfico: Sitio web, plantilla de boletín, banners de remarketing.
- Redacción: Texto rico en palabras clave para el sitio web, edición y traducciones.
- Generación de leads: Campañas de Google Adwords, campañas de remarketing.
- E-mail marketing: diseño, redacción y distribución de boletines.
- SEO
- Gestión de proyectos.



LUNDE & NIETO

PROPERTIES



We love golf in Marbella



*'Our goal is always your satisfaction,
we support you throughout the entire
process and beyond'*



ELEGANT

Clínica Banús



Elegant Clinic Banús
Clínica de Medicina estética

+34 682 17 51 50
elegantclinicbanus.com



**Discover a new approach to
Autoimmune Disorders.**



Elevate your life
Norwegian premium water

 **PURE NORDIC**
NORWEGIAN SUPER-PREMIUM WATER



since 2004
Redline
company.com

Hay un elefante en la habitación.

¿Hora de admitir
que necesitas un
equipo profesional
de marketing?

HAZTE NOTAR CON
www.redlinecompany.com

