

Google

para empresas



TECNOWEBS

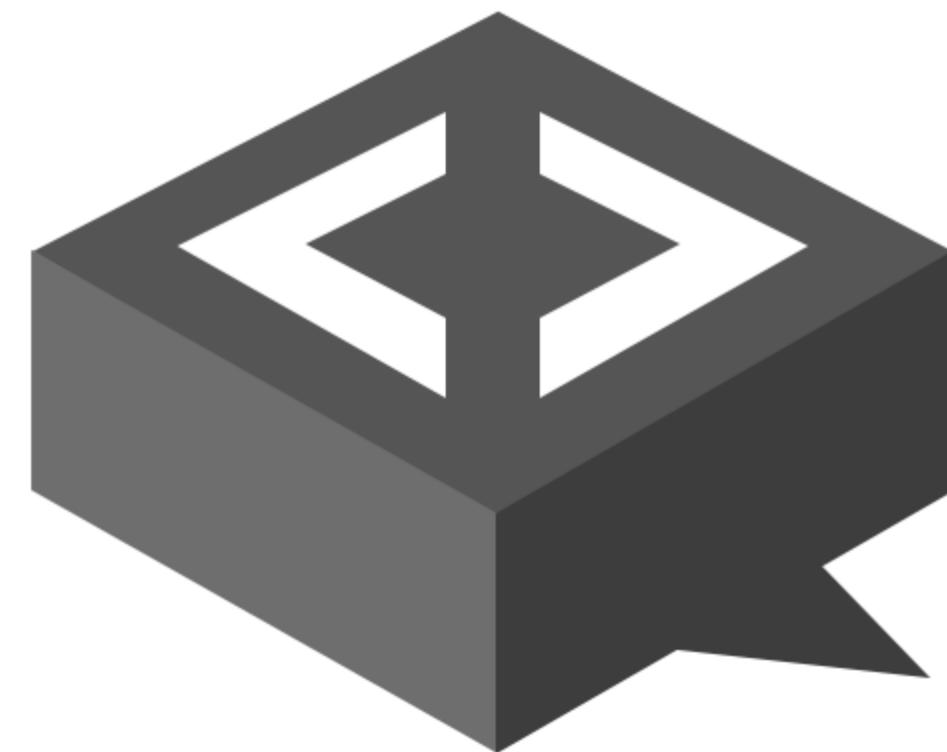




TECNOWEBS
WEBS & APPS DEVELOPERS



GAME  ART
ESCUELA TECNOLÓGICA



TECNOWEBS

WEBS AND APPS DEVELOPERS

- Creación de Webs y Aplicaciones móviles
- Marketing y publicidad
- Tiendas online y Comercio electrónico
- Consultoría / Asesoría web y TIC



GAME ART ESCUELA TECNOLÓGICA

- Formación especializada en nuevas tecnologías
 - Programación, Robótica, Videojuegos y Diseño
- Cursos TIC para todas las edades
- Centro preparador de exámenes oficiales
- Partner de Adobe, Microsoft, Unity, Google, etc



Ayuntamiento de Elche
Regidoria d'Empresa, Ocupació i Obertures.



Ayuntamiento de
Alicante

jovemipa



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, TURISMO
Y COMERCIO



Internet en España

Perfil del internauta

Perfil medio del internauta en España

Cerca de **30 millones** de internautas.

El perfil es de **14 a 44 años. (Media actual de 42 años)**

Con estudios.

De clases media-alta y vive en **zonas urbanas.**

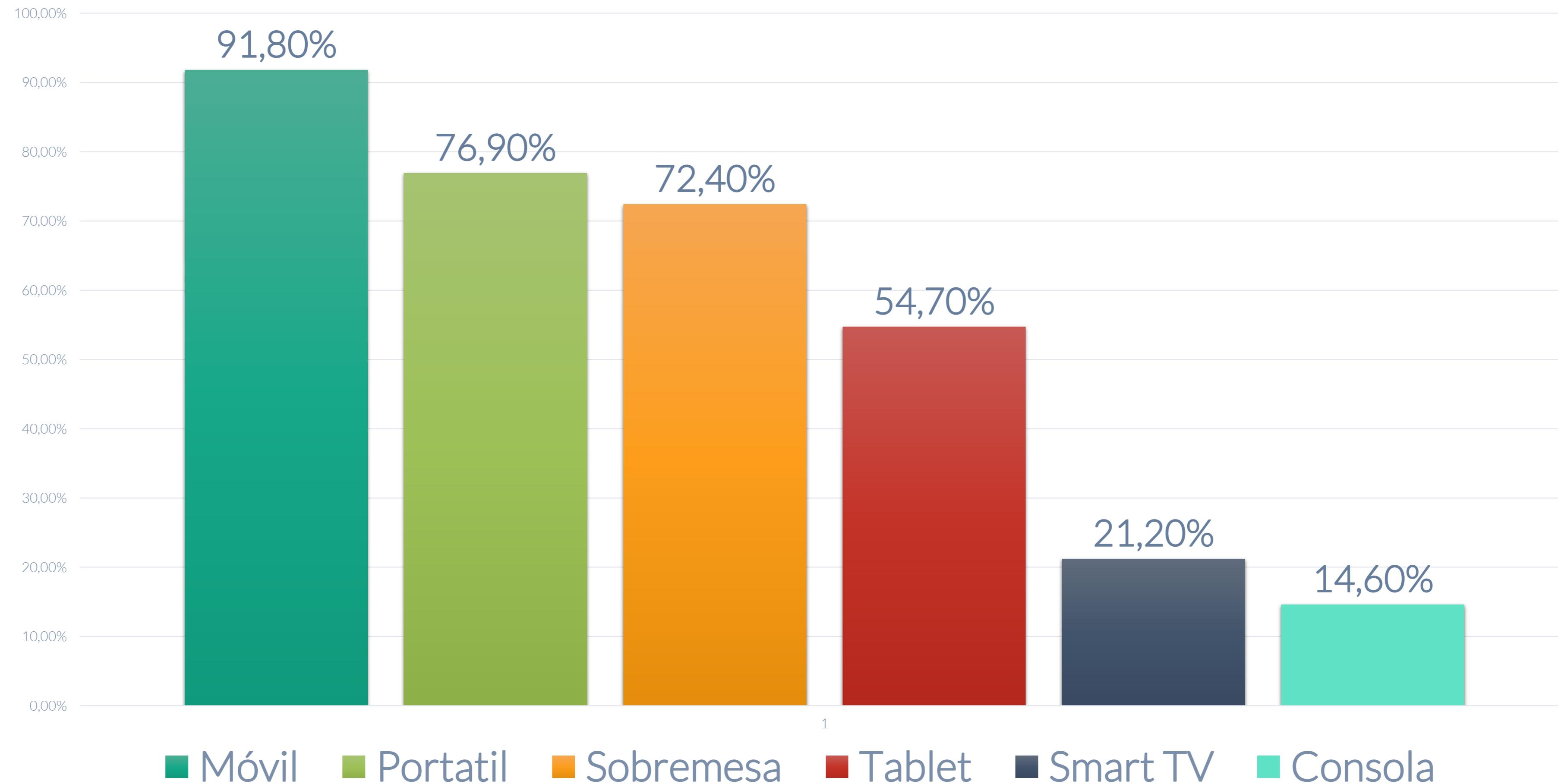
Tienen **más equipamiento tecnológico** que el resto de la población.

Acceden más a los medios electrónicos.

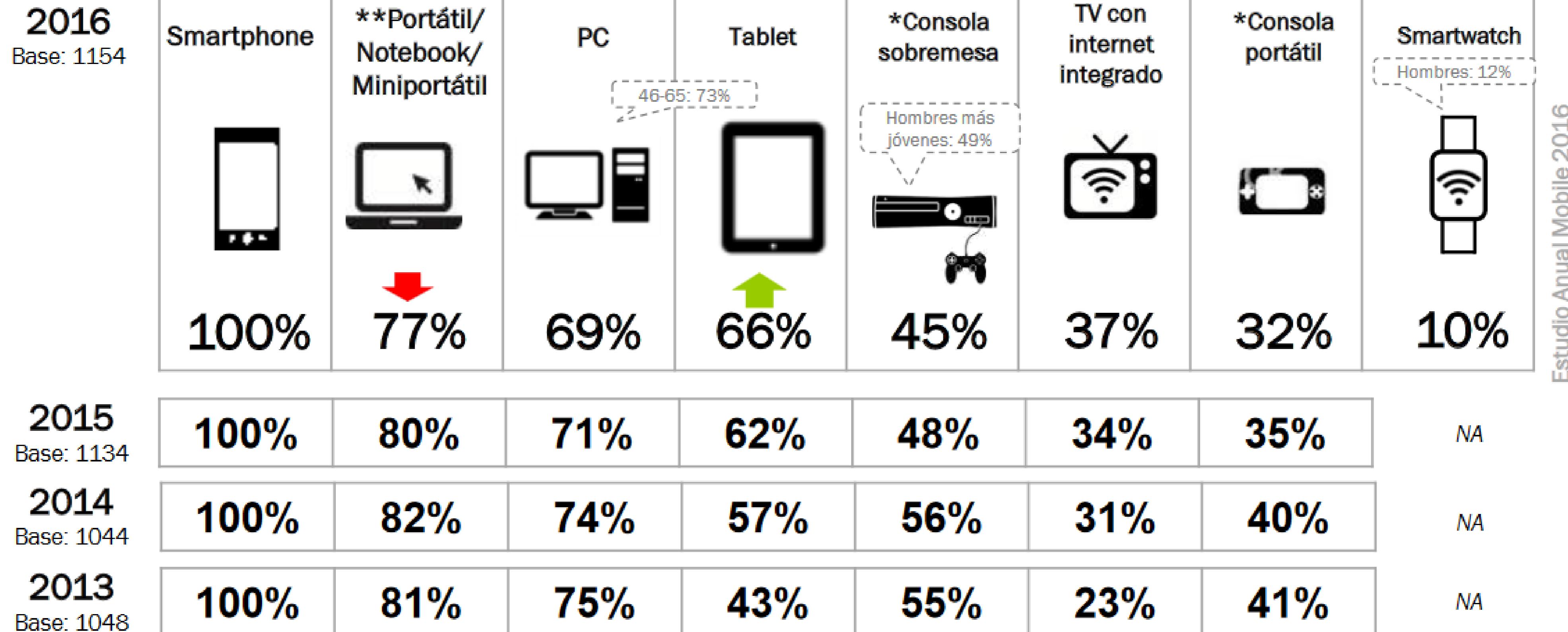
Destacan según sus intereses en **ocio, deporte, arte y viajes.**



Acceso a internet por dispositivo en España



Equipamiento tecnológico en España



* El Tramo de 18 a 55 años: consola sobre mesa 49%, consola portátil 35%.

**El año anterior se mostraron por separado Portátil y Notebook/ Miniportátil, consiguiendo estos dos últimos un 22%



Base 1.154

Nos encanta relacionarnos





Promedio 2016

2h 57m

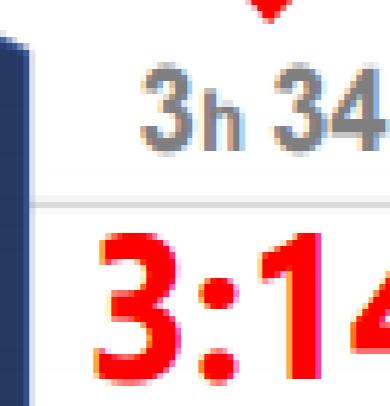
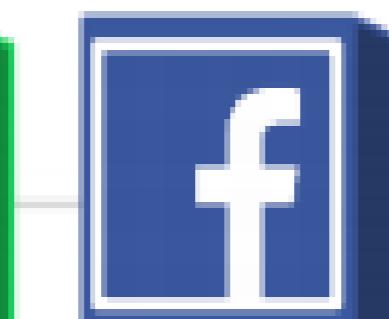
5:14

▲
3h 45m

4:24

▼
4h 31m

4:23



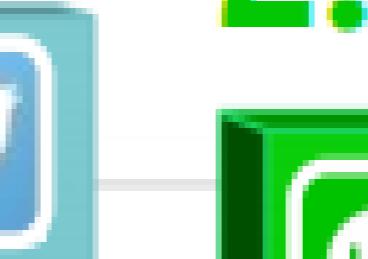
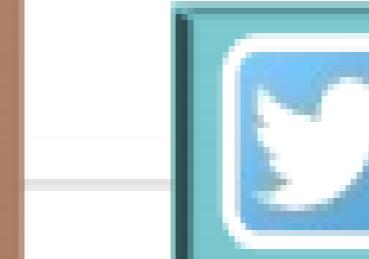
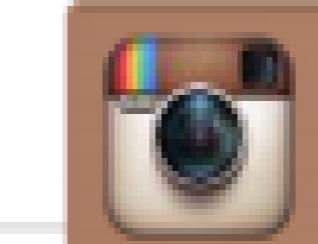
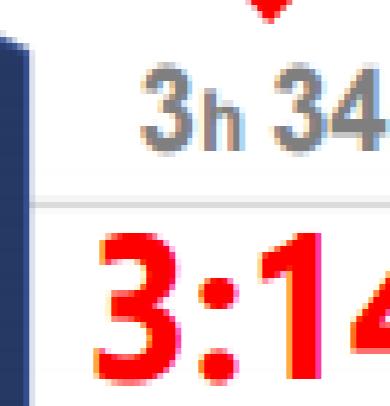
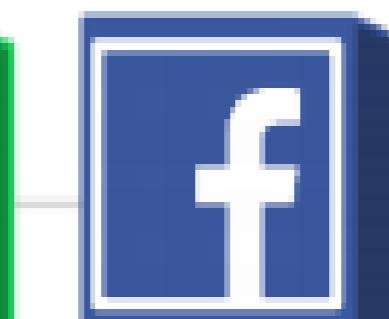
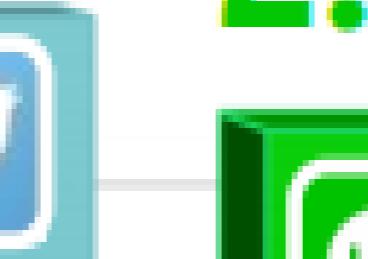
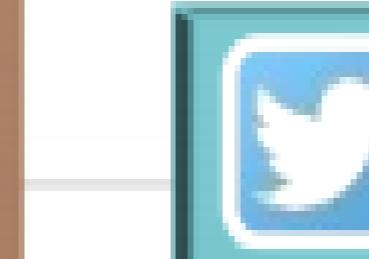
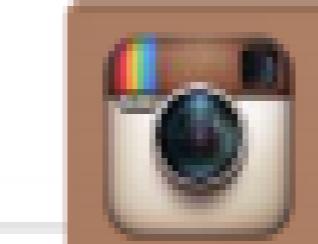
Promedio 2014

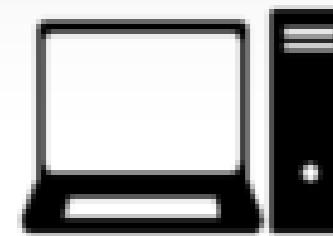
2h 51m

2:52

2:40

2:32



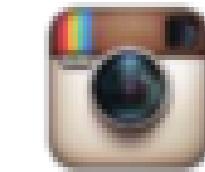
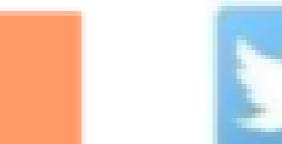


94%



68%

20:30 – 00:30



89%

59%

33%

23%

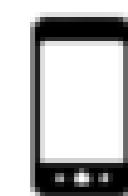
22%

19%

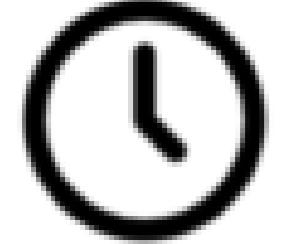
13%

10%

9%



91%



65%

16:00 – 00:30



89%

69%

41%

38%

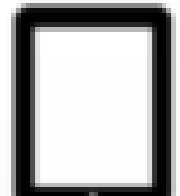
31%

12%

9%

9%

9%



28%



66%

20:30 – 00:30



82%

56%

29%

22%

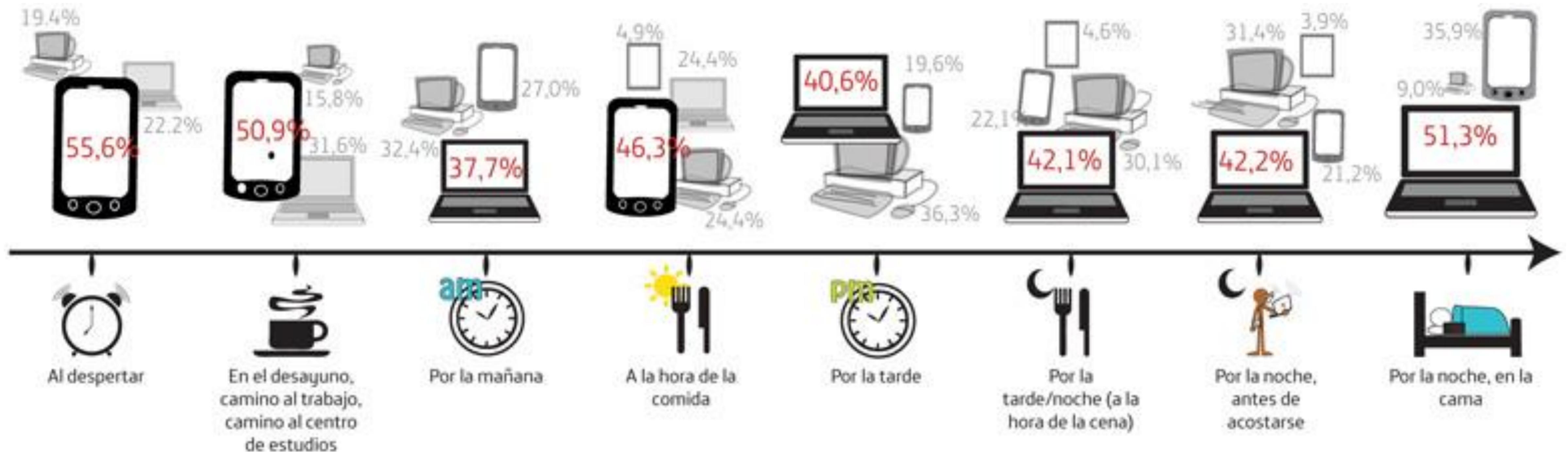
18%

12%

11%

10%

¿Cómo nos conectamos?



El **móvil** y el **portátil** se reparten la **mayor parte** de los accesos a internet, en **todas las franjas horarias**.



¿PORQUÉ ES
IMPORTANTE
QUE MI
EMPRESA
ESTÉ EN
INTERNET?

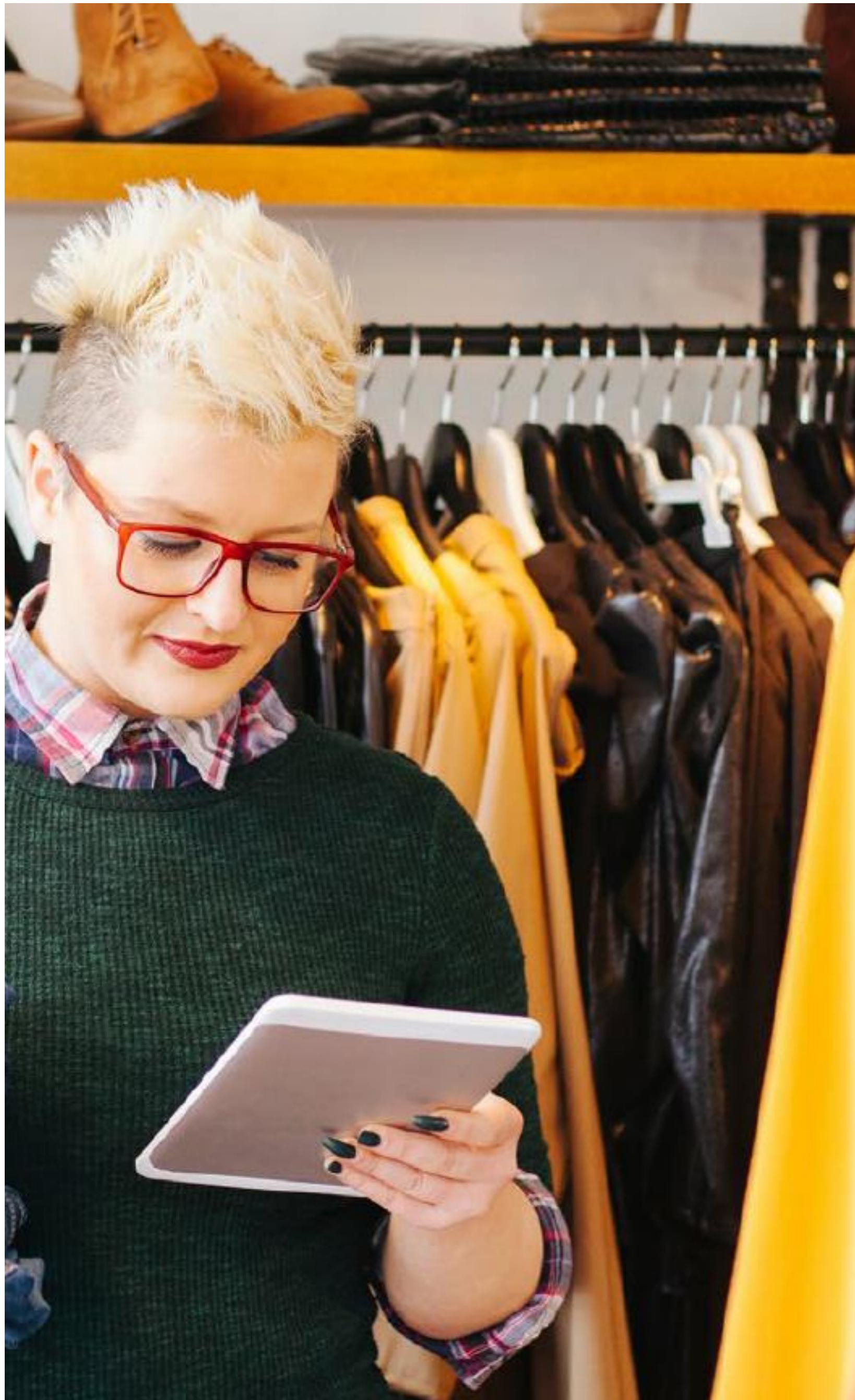
Ventajas de tener una web

Si no estás en internet **no existes**

-
- 01**
Mayor Visibilidad
 - 02**
Accesible 24/365
 - 03**
Imagen Prestigio
 - 04**
Mercado Mundial
 - 05**
Ahorro de Recursos
 - 06**
Nuevos Clientes



HABLEMOS
DE
ECOMMERCE



SOLO DOS DE CADA DIEZ
PYMES ESPAÑOLAS VENDEN
A TRAVÉS DE INTERNET

20% de empresas

Fuente: Ebay

An aerial photograph of a dense forest. The forest is composed primarily of dark green coniferous trees, with some deciduous trees showing autumnal colors of yellow and orange. A large, bright, overexposed area of the sky is visible through a gap in the canopy, creating a strong light source that illuminates the tops of the trees. The terrain appears rocky and uneven at the edges of the forest.

MIEDO A LO DESCONOCIDO

CAUSAS DEL PORCENTAJE DE ECOMMERCE EN PYMES

Falta de
conocimientos
técnicos

Problemas
logísticos

Recursos Att.
Clientes

¿ CÓMO SON LOS NEGOCIOS QUE USAN EL ECOMMERCE?

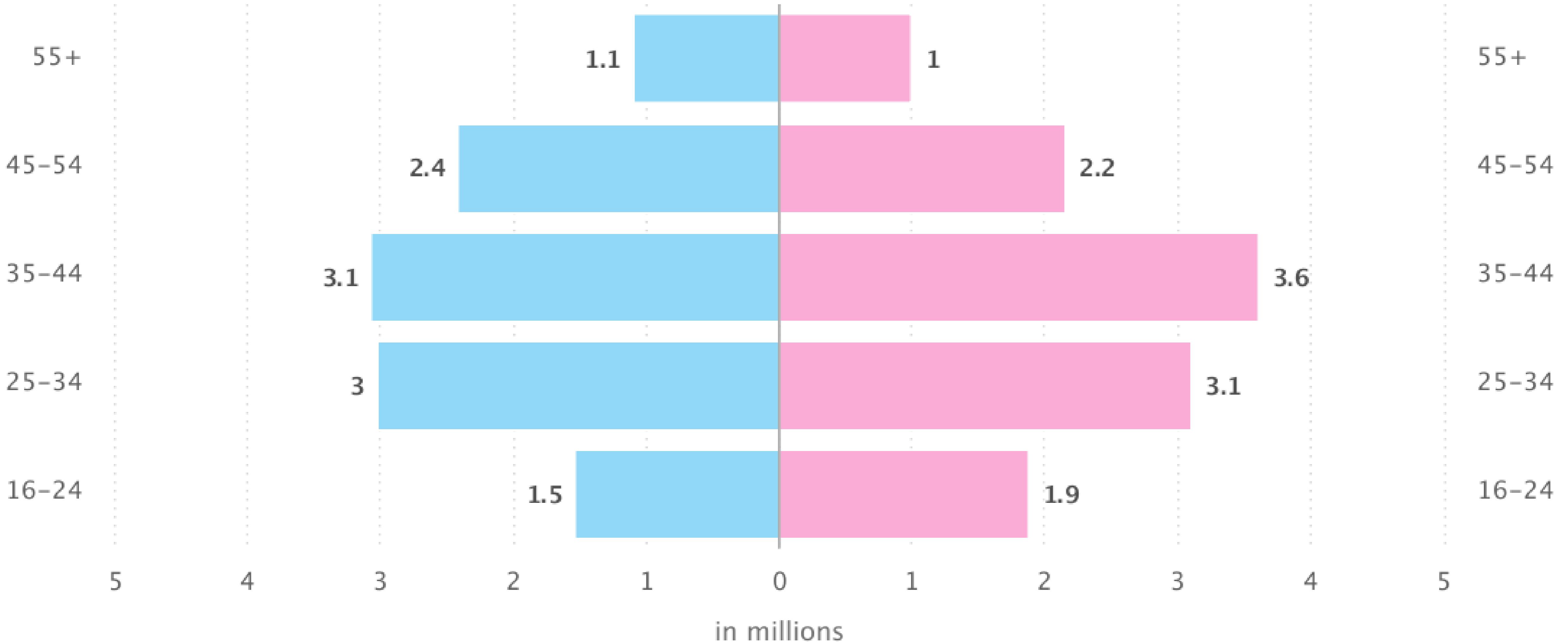
Tienen tienda física
81%

Venden a través
de RRSS
18%

Usan plataformas
de compraventa
13%

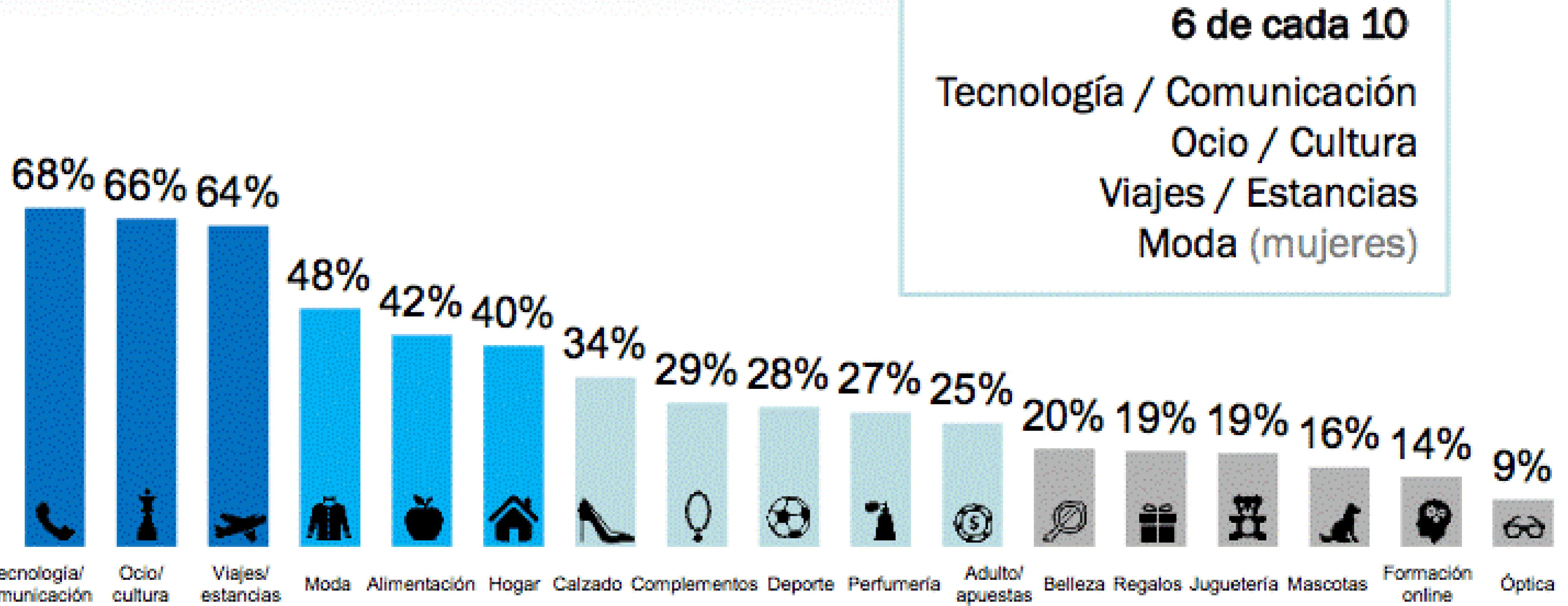
Usan plataformas
de descuentos
3%

Perfil de usuarios ecommerce en España en 2016

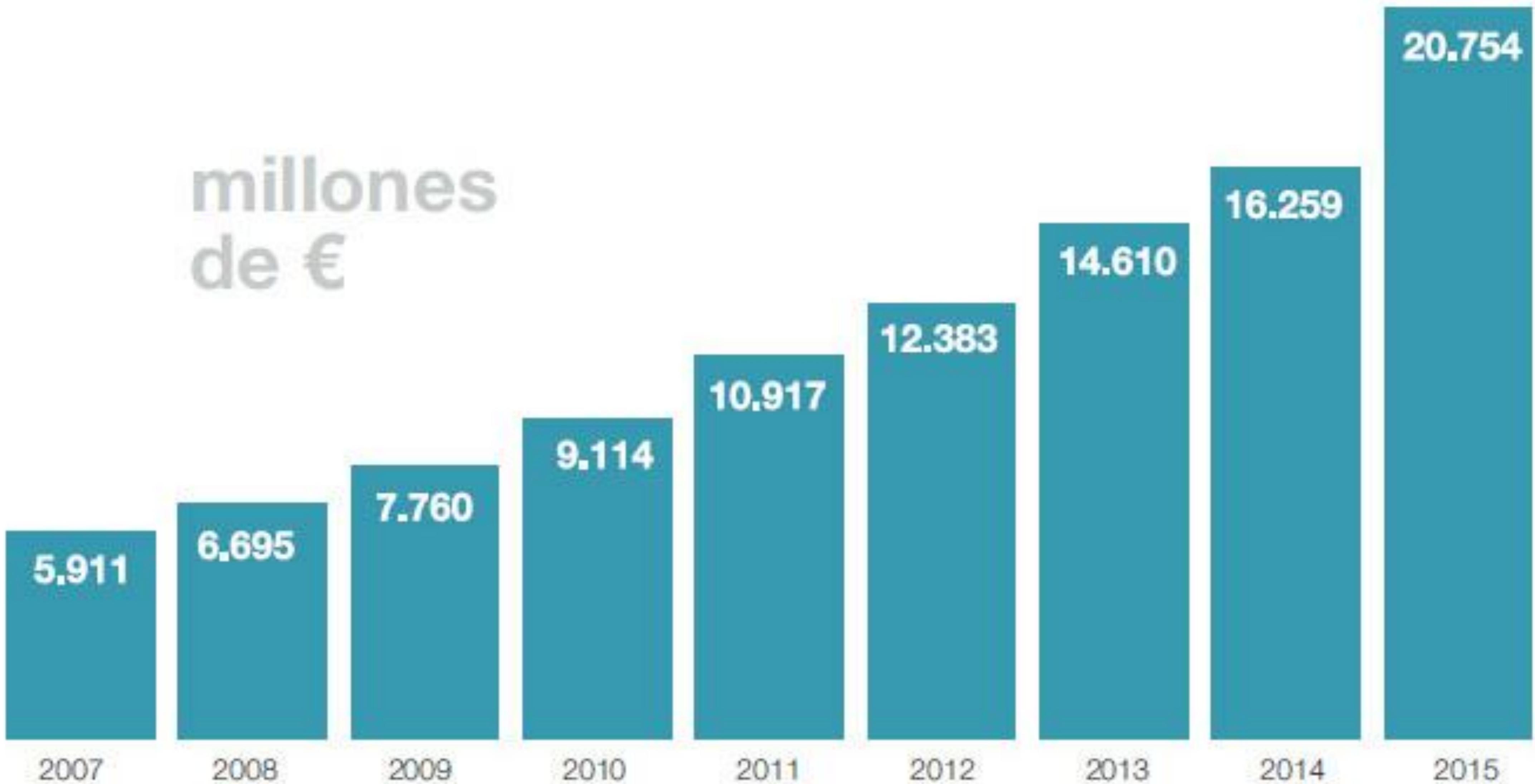


Gusto de usuarios ecommerce en España en 2016

Tipos de Productos y Servicios



Volumen de comercio online B2C



**¿QUÉ NECESITA
MI WEB PARA
TRIUNFAR?**



DIGITAL MARKETING

HECK LIST

- Analysis
- Content
- Engine



SEO

DATA !!

SEARCH

- phone
- laptop



WWW.

WEBSITE
OPTIMIZATION



ANALYSIS

RANKING!

SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

Feed Back

Brand
Ad.



Plan de marketing digital

- Debe estar alineado con los objetivos del negocio.
- No sirve el típico Sobrinity Manager que sabe manejar el ordenador.
- Es necesario generar contenidos, humanizar la marca, crear anuncios de publicidad, enviar campañas de email marketing, monitorizar las métricas de rendimiento, etc, etc, etc.
- Debe contener:
 - Análisis de la situación digital
 - Objetivos de marketing
 - Estrategias y tácticas para conseguirlo

ANALISIS



Marketing
Digital

Plan de marketing digital – Análisis interno

- **Sitio web:** ¿WordPress o plataforma gratuita como Wix? ¿Es responsive?
- **Blog:** ¿Está actualizado? ¿Cuál es la frecuencia de publicación? ¿Hay un calendario editorial?
- **SEO:** ¿Rankeamos en la primera página de Google? ¿Cuál es nuestra posición orgánica? ¿Qué palabras nos posicionan?
- **Redes Sociales:** ¿Se actualizan diariamente? ¿Cuál es el índice de participación? ¿Quién es el responsable?
- **Email Marketing:** ¿Cuantos suscriptores tenemos? ¿Porcentaje medio de apertura? ¿Porcentaje medio de clicks?
- **Publicidad Digital:** ¿Cuáles son las métricas en Adwords, Facebook Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads?
- **Analítica Web:** ¿Cuánto es el tráfico de visitas? ¿Qué páginas son más visitadas? ¿Número de conversiones? ¿Cuál es el tiempo de permanencia?

Plan de marketing digital – Análisis externo

1. Identificar quién es nuestro **público objetivo**.
2. Crear el **perfil** de nuestro cliente ideal en función de sus intereses, comportamientos, preocupaciones, demografía, etc.
3. Hacer una investigación a nuestra **competencia** más directa permitirá saber donde tienen presencia digital, qué acciones han conseguido buenos resultados, y lo errores que han cometido.

Plan de marketing digital – Análisis DAFO



Se recomienda
añadir mínimo 3 o
máximo 5 puntos
claves en cada
casilla.

Marketing
Digital

OBJETIVOS



Plan de marketing digital – Objetivos

- Planificación de estrategias de 6 meses o 12 meses máximo.
- Los objetivos dependerán de la situación digital actual así como de los recursos humanos y económicos que tenga la empresa.
- Medir el retorno de la inversión (ROI)
- Definir unos objetivos (SMART)
 - Específicos
 - Medibles
 - Alcanzables
 - Relevantes
 - Temporales

Plan de marketing digital – Objetivos, ejemplos

- Aumentar un 20% el tráfico de visitas en 6 meses.
- Reducir un 10% el porcentaje de rebote en 3 meses.
- Incrementar un 30% las conversiones de leads cualificados en 4 meses.
- Conseguir hasta el 25% la tasa de conversión en email marketing en 6 meses.
- Impulsar un 15% las ventas de nuestra tienda online en 6 meses.

Marketing Digital

ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS



Plan de marketing digital – Estrategias, calendario

	Crear nuevos recursos gratuitos
	Crear nuevos recursos de pago
	Hacer colaboraciones con otros profesionales
	Hacer webinars más relevantes
	Escribir 3-4 veces a la semana en el blog
	Hacer colaboraciones con marcas

	Crear más formas de captación de leads
	Vender por Email Marketing
	Compartir más contenidos de otros
	Crear una comunidad de un grupo
	Invertir en Facebook Ads
	Potenciar mi lado más personal
	Escribir un libro y distribuirlo online y físico

Plan de marketing digital – Estrategias, ejemplos

Objetivo 1: Mejorar el posicionamiento web orgánico

Estrategia: crear un blog corporativo / optimizar el contenido del blog.

Táctica: publicación de artículos educacionales / actualizar los contenidos antiguos.

Objetivo 2: Generar más leads cualificados

Estrategia: diseñar una página de aterrizaje.

Táctica: crear un webinar o ebook gratuito.

Objetivo 3: Reducir los abandonos en el carrito de compra

Estrategia: mejorar la experiencia de usuario.

Táctica: analizar el formulario de pedido.

Objetivo 4: Aumentar la notoriedad de la empresa

Estrategia: crear página de Facebook y canal de YouTube

Táctica: creación de contenidos educacionales y videos tutoriales.

Google

para empresas



TECNOWEBS



G Suite



SEARCH UPDATE
SEO

RANKINGS



NOMBRE DE DOMINIO

El nombre de dominio es la dirección de tu sitio web, así que es importante que elijas uno que sea:

- Descriptivo
- Fácil de recordar
- Elegir bien el tipo



A snail with a glowing blue shell drives a small car along a road at sunset. The background features a blurred landscape and a road sign that reads "Stardlight Plaza".

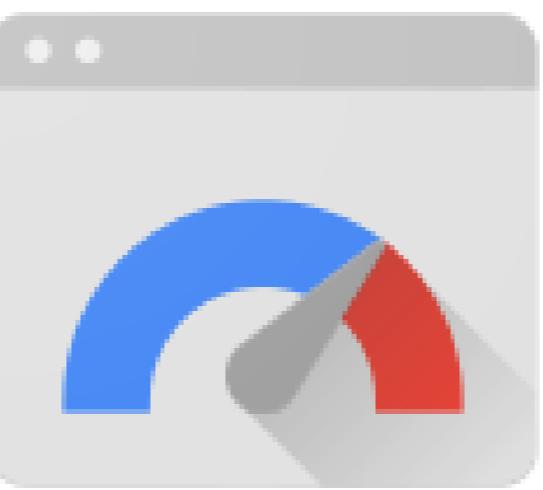
SPEED
LIMIT
LESS

HOSTING

¿Qué debes tener en cuenta para elegir un proveedor de alojamiento?

- Tiempo de actividad
- Ancho de banda
- Seguridad
- Atención al cliente
- Precio
- Facilidad de uso
- Servicios y funciones extra





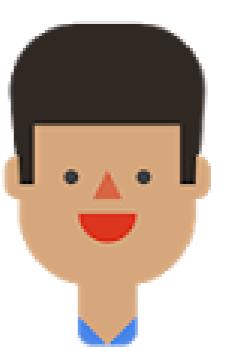
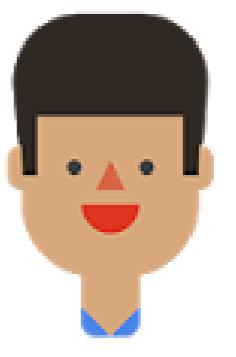
Using **Google** **Pagespeed Insights**



OPINIÓN Y TESTEO

Lograr reunir una audiencia de prueba

- Mostrar tu idea a amigos y familia
- Recopilar observaciones
- Pregúntales su opinión como posibles visitantes
- Haz preguntas o pruebas de usabilidad
 - ¿Qué esperarían encontrar en tu sitio?
 - ¿Falta información que les resultaría útil?





EL DISEÑO
LO ES TODO

RESPONSIVE DESIGN





A screenshot of the Google Sites editor interface. At the top, there's a toolbar with "On Site", "PUBLISH", and other options. The main area displays a dark-themed card with the title "Meet the Team". Below the card, there's a section for "Bianca Ruiz, Senior Project Manager" with her bio: "Bianca Ruiz has been a senior project manager with the company since 2009 and is originally from Oceanview, California. She moved to the city in 2004 along with her husband and 2 children. Bianca spends her free time either running or baking." On the right side, there's a sidebar titled "INSERT" containing various media and document options like "Text", "Images", "Embed URL", "Upload", "Drive files", "Drive folder", "YouTube", "Calendar", "Maps", "Docs", and "Slides".

BREAK TIME



ANÁLISIS

Analizar la audiencia



- Muestra y palabras clave relacionadas que puede buscar tu audiencia, también tendencias interesantes a lo largo del tiempo asociadas a los términos de búsqueda.

● **botas futbol**
Término de búsqueda

● **botas mujer**
Término de búsqueda

+ Añadir comparación

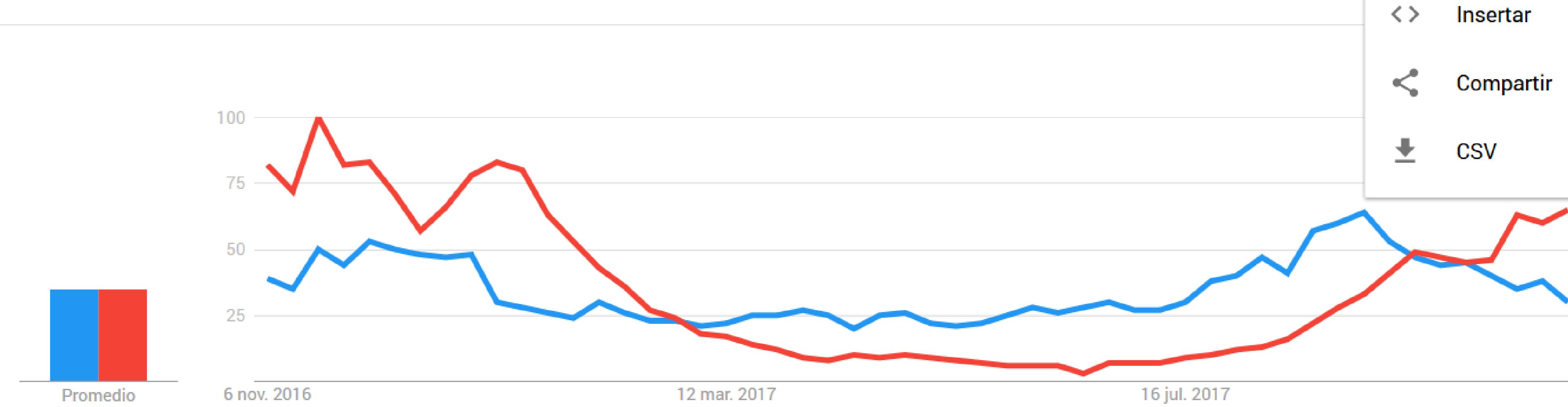
España ▾

Últimos 12 meses ▾

Todas las categorías ▾

Búsqueda web ▾

Interés a lo largo del tiempo



Interés por subregión





EL CONTENIDO
ES LO QUE
IMPORTA

CREAR CONTENIDO

¿Cómo debe ser?

- Útil e informativo
- Más valioso y útil que otros sitios
- Creíble
- Alta calidad
- Atractivo



el blog



I AM VERY BUSY

MARKETING DE CONTENIDOS

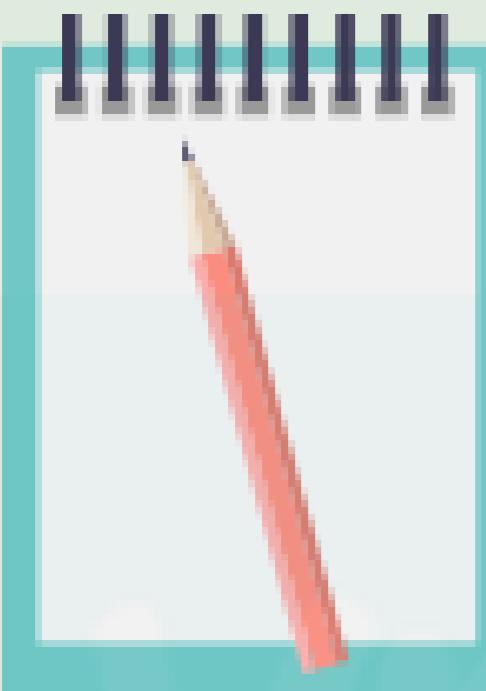
USUARIO

Piensa en tu público objetivo a la hora de crear contenidos.



MARKETING DE CONTENIDOS

(Contenidos+Promoción)+(Análisis)=Buenas conversiones



PROVOCAR

Contenido



ATRAER

Visitas



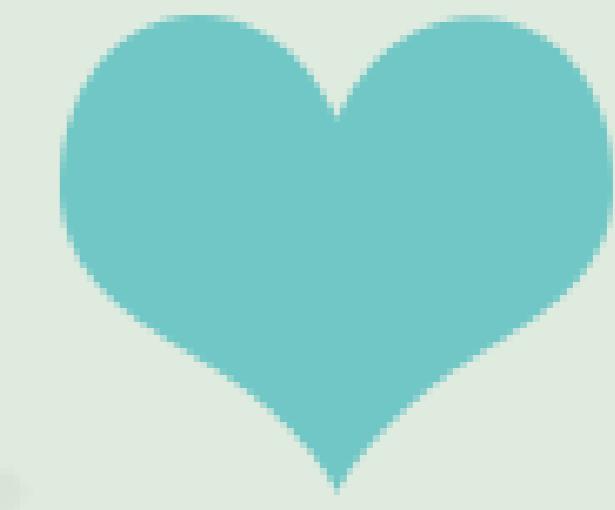
CONVERTIR

Lead



GANAR

Ganancias



ENAMORAR

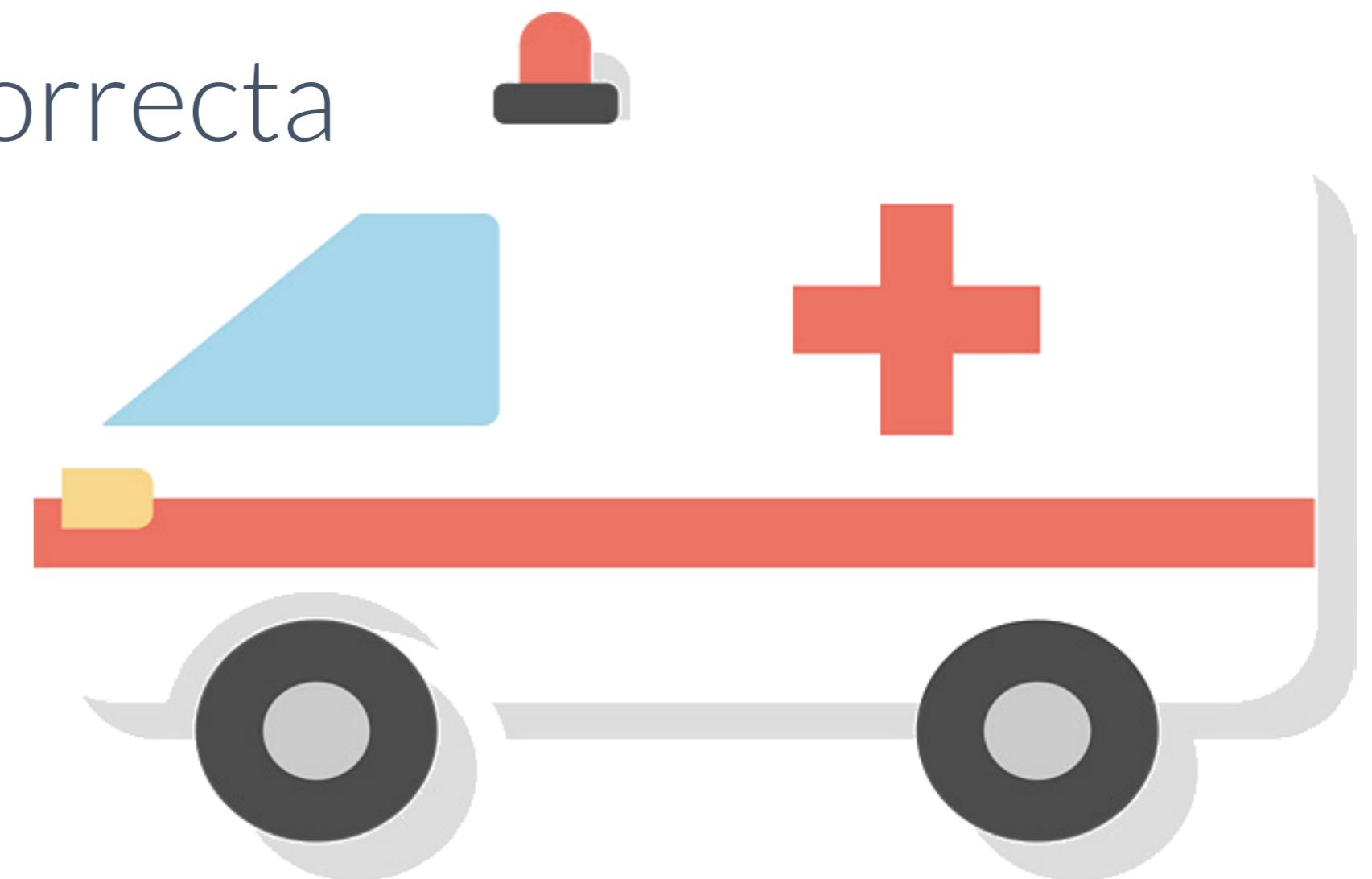
Ganancias
repetitivas



CURAR CONTENIDO

Desconfianza y abandono de mi web ¿por qué?

- Errores como enlaces rotos o información incorrecta
- Errores gramaticales u ortográficos
- Una cantidad excesiva de anuncios
- Spam, como comentarios o foros con contenido no deseado





HOME PORTFOLIO STORE BLOG CONTACT

Interested in working together? Fill out the form below with some info about your project and I will get back to you as soon as I can. Please allow a couple days for me to respond.

*Name



Website



Timeline



*Email



Budget



*1+2=



Tell me a little about your project:



UI
UX

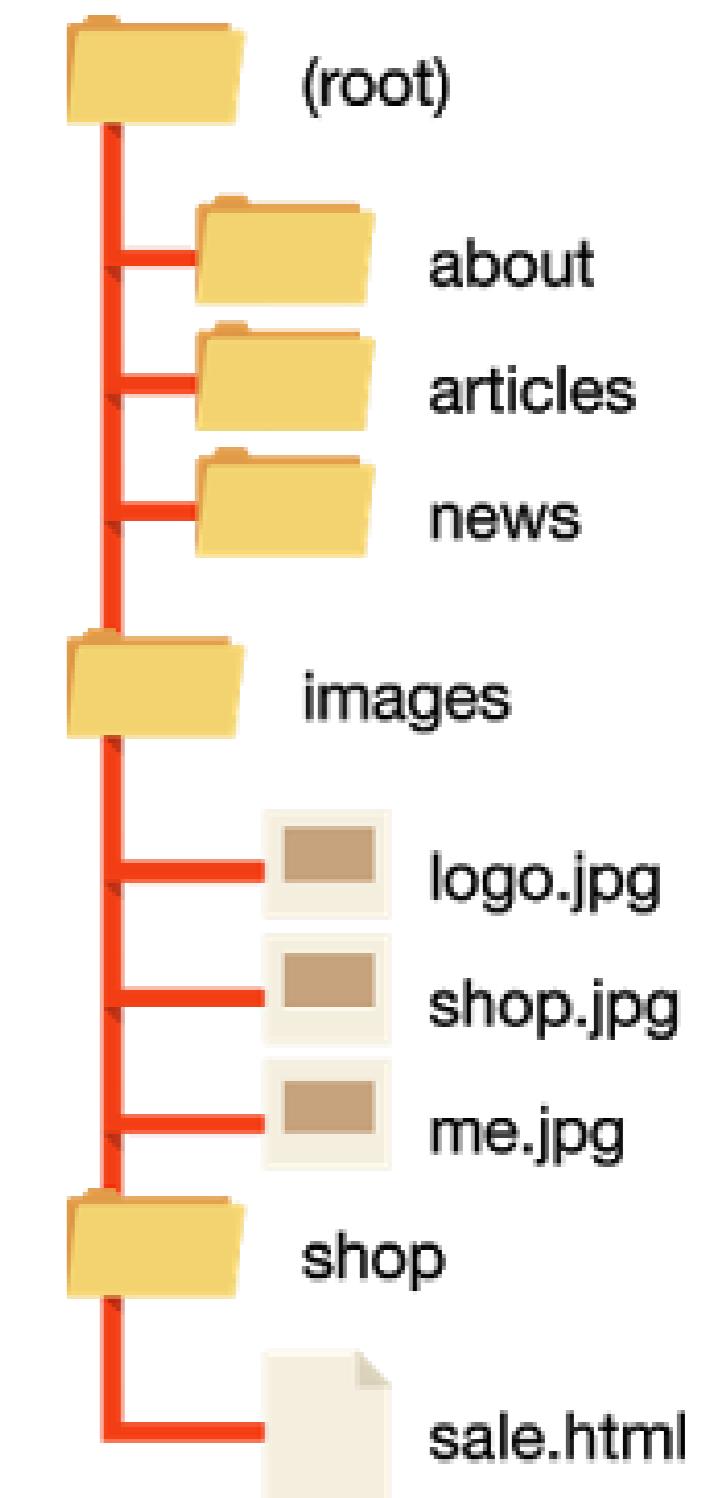
User interface

Crear una estructura clara y lógica usando una barra de navegación

- Página de inicio o una página "raíz".
- Las categorías de navegación intuitivas y organizadas:
 - "Inicio", "Noticias" y "Contacto"

Utilizar URL informativas

- ¿Qué URL te parece más útil?
 - <http://www.brandonsbaseballcards.com/articulo210.htm>
 - <http://www.brandonsbaseballcards.com/articulos/diez-cromos-beisbol-mas-buscados.htm>





Search Console



Google



Webmaster
Tools



*Estoy
apagado*
O FUERA DE
COBERTURA

Google My Business



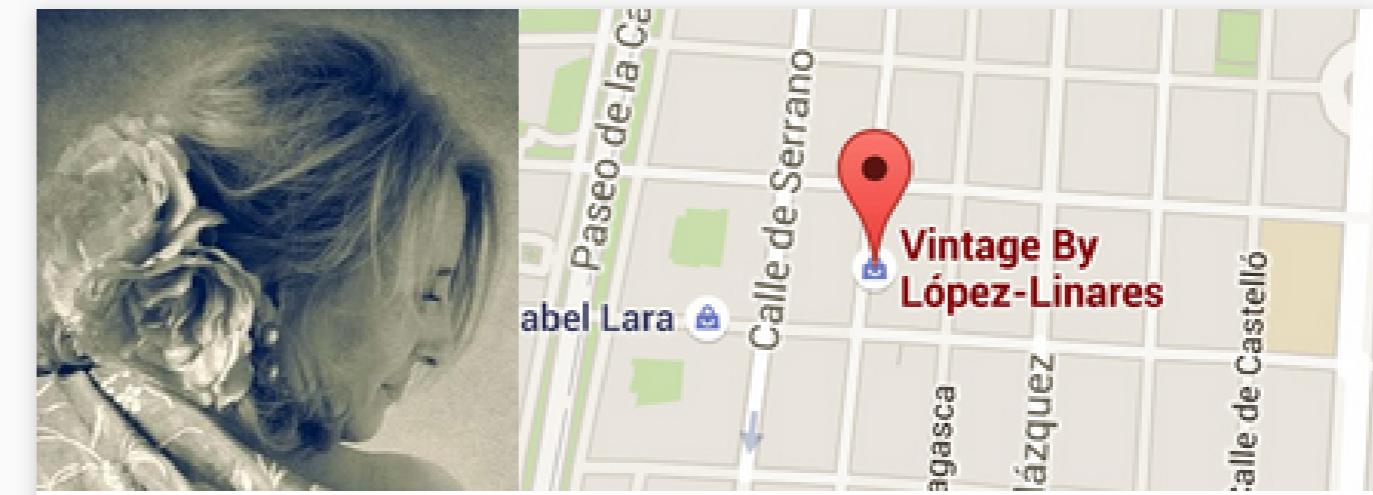


Google My Business

Enseña al mundo que tu negocio está abierto

Gracias a Google My Business, los clientes te pueden encontrar en cualquier momento y desde cualquier lugar.

- Añade fotos de tus productos, de tu local y de los empleados
- Actualiza tu horario de apertura y la información de contacto
- Atrae a más clientes con reseñas y valoraciones de una a cinco estrellas

[EMPEZAR AHORA](#)

Vintage By López-Linares

[Indicaciones](#)

4.8 ★★★★★ 15 Reseñas de Google
joyería

Joyería familiar que diseña y reproduce en plata piezas clásicas, además de vender accesorios de otras épocas.

Dirección: Calle de Claudio Coello, 60, 28001 Madrid

Teléfono: 915 76 26 48

Horario: Abierto hoy · 11:00 – 14:00, 17:00 - 20:00

Reseñas

[Escribir una reseña](#)

"Sus reproducciones de joyas antiguas son un verdadero lujo Vintage."



"Preciosa tienda de antigüedades y joyería."

[Ver todas las reseñas de Google](#)

¿Cómo vendo en internet?





Beetailer

@BeeShopyMagento

Inicio

Información

Shop

Fotos

Videos

Me gusta

Publicaciones

Crear una página

facebook

beetailer

beetailer

Comprar

Me gusta Mensaje Guardar ... Más

Inicio Furniture Shirts Living Room Electronics Apparel Más: Todos los productos

Gaming Computer €3.649,96
€3.102,47

beetailer

lo tiene!

Magento Red Furniture Set €94,89
€80,66

lo ha compartido en Facebook!

Anashria Womens Premier Leather Sandal €30,62 €26,03

lo quiere!

Mi propia tienda online

 Entrar o registrarse  Mi Carrito 

TODAS LAS SECCIONES Tu tienda online de tecnología e informática MSI Vortex | Realidad Virtual |

Componentes Periféricos Cables Redes Ordenadores Audio/Foto/Vídeo Tablets/Ebooks SmartPhones Consolas/Gaming Consumibles Electro-Hogar Zona Gadget

Z170A GAMING M7



Z170A GAMING M7

- 6th Gen Intel® Core™ / Pentium® / Celeron® / LGA 1151 socket
- RAM DDR4-3600+(OC)
- USB 3.1 Gen2 2X FASTER
- Twin Turbo M.2 64Gb/s
- Military Class 5

194,00 €

Ver más

Ofertas Novedades Promociones Rastrillo

DESTACADOS DE LA SEMANA



PCCOM TU MEJOR ORDENADOR EN CALIDAD PRECIO

Tienda online de terceros



MANERAS DE VENDER ▾

PRECIOS

BLOG

Iniciar sesión

Empezar

Configura tu tienda, elige tu plan mas tarde

Prueba Shopify por 14 días, sin compromiso

[Prueba Shopify gratis](#)

Precio mensual	Basic Shopify Vende con tu propia tienda online	Shopify Lleva tu negocio al nivel siguiente	Advanced Shopify Experimenta lo mejor de Shopify
	\$29	\$79	\$299

MARKETPLACES

amazon

eBay™

Google Shopping





30%
off selected styles

LIMITED TIME ONLY

FLASH SALE

30% OFF ORIGINAL PRICE IS APPLIED AT THE CHECKOUT

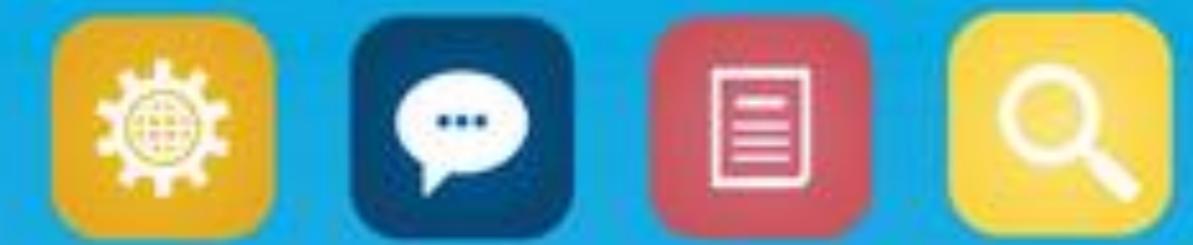
Google Shopping



Internet como canal publicitario

- AHORRO
- SEGMENTACIÓN
- PERSONALIZACIÓN
- INMEDIATEZ
- ANALISIS
- INTERACTIVIDAD
- ADAPTACIÓN
- EFECTO VIRAL
- PRESENCIA

SEARCH ENGINE MARKETING



ENTER

(click here more information)



Elimina las suposiciones del marketing



Medible, eficaz y flexible

Google AdWords te muestra la cantidad de usuarios que ven tus anuncios y qué porcentaje de ellos hace clic para visitar tu página web o para llamarte. Con las herramientas de seguimiento, incluso puedes consultar las ventas reales que se generan en tu página web como resultado directo de tus anuncios.



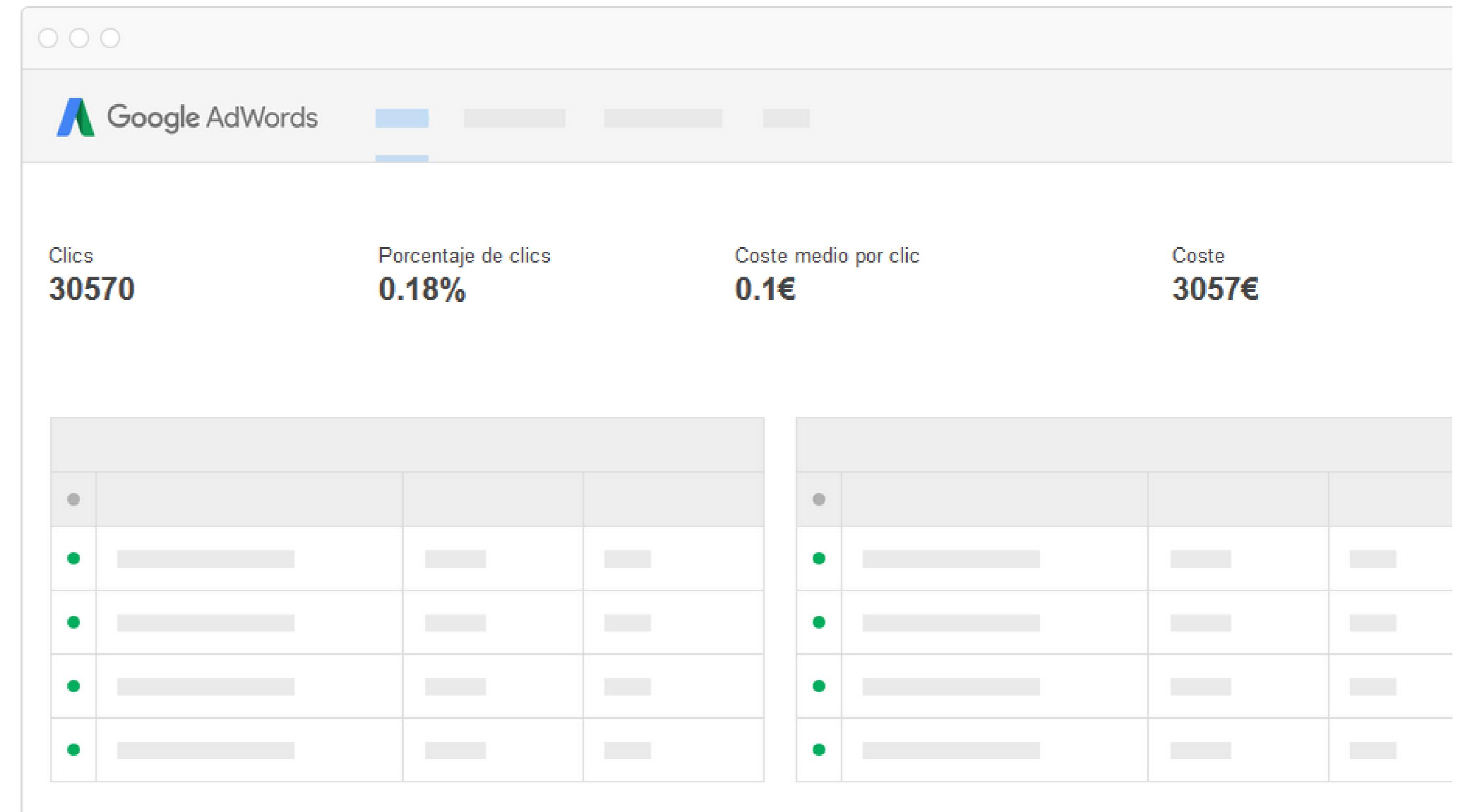
Información las 24 horas del día

Puedes consultar cómo funcionan tus anuncios en cualquier momento iniciando sesión en tu cuenta de Google AdWords. Para ahorrar tiempo, también te enviaremos una ficha mensual con el resumen de las estadísticas clave y de las cifras que realmente importan.



Detener, iniciar, pausar, probar

Puedes modificar tus anuncios, probar nuevos términos de búsqueda, pausar las campañas y reiniciarlas cuando quieras, sin coste alguno; todo ello desde Google AdWords.





Todo Imágenes Noticias Maps Videos Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 276.000.000 resultados (0,44 segundos)

KAYAK: Viajes Baratos - Encuentra Tu Viaje al Mejor Precio

Anuncio www.kayak.es/Viajes ▾

Compara y Busca Ofertas de Viajes.

Busca el hotel perfecto · Encuentra tus vacaciones · Elige dónde reservar

Da la pauta a seguir para localizar vuelos económicos – El Economista

KAYAK Buscador de Vuelos · KAYAK Buscador de Hoteles · Hoteles en Madrid

Ofertas Viajes - Descuentos en Viajes -70% - rumbo.es

Anuncio www.rumbo.es/Viajes ▾

Compara y Reserva Tu Vacacione Hoy

Tipos: Viajes, Vuelo + Hotel, Fin de Semana, Ofertas, Escapadas, Vacaciones, Circuitos

Destinos: Gran Canaria, Paris, Roma, Berlin, Lisboa, Oporto, Marrakech, Venecia

Todo Incluido · Ofertas de Última Hora

Viajes Baratos desde 19€ - Todas las Compañías Low Cost

Anuncio www.edreams.es/Viajes-Baratos ▾

Ofertas de Boletos de Avión Durante Este Mes. Aprovecha Ahora hasta el 31/07!

Líder en Viajes Online · Presentes en 42 Países · Call Center 24/7 · Precio Mínimo Garantizado

Ofertas Vuelo+Hotel · Alquiler Coches desde 9€ · Vuelos Baratos · Ho

Viajes Último Minuto 2016 - Todos los días ofertas

Anuncio www.logitravel.com/Chollos-Viajes ▾

¡Anticipáte y ahorra!

Ofertas de viajes y vacaciones - Atrapalo.com

<https://www.atrapalo.com/viajes/> ▾

Encuentra viajes baratos al destino que prefieras, disfruta de unas bu
mejores ofertas de viajes que te ofrecemos.

Baleares y Canarias · Viajes por el Caribe · Viajes de Circuitos · Viaje

Viajes baratos y ofertas de Vuelo + Hotel en Logitr

www.logitravel.com/viajes/home-1741908.html ▾

Las mejores ofertas de viajes y vuelo + hotel. Reserva tus vacaciones
de Logitravel.com.

Viajes Chollos · Baleares y Canarias · Viajes Europa · Viajes a Menor

Viajes el Corte Inglés: Ofertas de vuelos, hoteles, c

www.viajeselcorteingles.es/ ▾

Viajes, hoteles, vuelos, vacaciones, billetes de tren y avión. Las mejor
vacaciones con la garantía de la agencia de viajes líder en España.

Vuelos · Ofertas · Vuelo + Hotel · Hoteles



The image shows a YouTube interface with a search bar at the top. On the left, there's a sidebar with navigation links like 'Inicio', 'Mi canal', 'Vídeos del momento', 'Suscripciones', 'Historial', and 'Ver más tarde'. Below that is a 'SUSCRIPCIONES' section with a 'Añadir canales' button and categories for 'Popular en YouTube', 'Música', 'Deportes', and 'Juegos'. At the bottom of the sidebar, it says 'YouTube, una empresa de Google'. The main content area displays a video thumbnail for 'SOFT COLLECTION' with a person in a grey jacket pointing towards a VR headset. Below the video, there's a 'Ver otra vez' section with thumbnails for various other videos.



Estrategia de comunicación



1.600M

Hombre y mujeres
por igual



1000M

200 m de videos
vistos al mes



540M

Bastante nueva

63% de la
audencia es
hombre



400M

80 m de fotos al
día



320M

62% mujeres
Audiencia media



135M

Audiencia de
25/54 años

Audiencia media
de 35/45 años

30% de la audiencia
de 45/54 años

90% de la
audiencia menor a
35 años

España entre los
15 países que más
uso le dan

smo
social media optimization



TAREAS DEL COMMUNITY MANAGER

CURACIÓN
DE
CONTENIDO

CREACIÓN
DE
CONTENIDO

ATENCIÓN
AL
CLIENTE

MONITORIZACIÓN
DE LA
MARCA



SOCIAL MEDIA MARKETING



FACEBOOK ADS

Cuenta: Jimenez Carreras

Campaña: [23/01/2017] Promoción del negocio local Game Art

Rendimiento

Datos demográficos

Ubicación

17 069

Resultados:
Impresiones

9336

Personas alcanzadas

15,94 €

Importe gastado

Personalizado

17 069 Resultados: Impresiones

0,93 € Coste

100,00% Tasa de resultados



Conjuntos de anuncios de esta campaña ▾

+ Crear un conjunto de anuncios

Columnas

		Conjunto de anuncios	Entrega <i>i</i>	Resultad... <i>i</i>	Alcance <i>i</i>	Coste <i>i</i>	Presupuesto <i>i</i>	Importe gasta...
	<input type="checkbox"/>	[23/01/2017] Promoción del negocio local Game Art [23/01/2017] Promoción del negocio local Game Art	<input checked="" type="radio"/> Inactivo	17 069 Impresiones	9336	0,93 € Por mil impres...	1,00 € diario	15,94 €
		▶ Resultados de 1 conjunto de anuncios		17 069 Impresiones	9336 Personas	0,93 € Por mil impres...		15,94 € Gasto total



Página

Mensajes

Notificaciones

Estadísticas

Herramientas de publicación

Configuración

Ayuda ▾

A

N F

Á A

L C

I E

T B

I O

C O

A K

S

Visión general

Promociones

Me gusta

Alcance

Visitas a la página

Acciones en la página

Publicaciones

Eventos

Videos

Personas

Mensajes

Resumen de la página Últimos 28 días

Exportar datos

Resultados de 20 de enero de 2017 - 16 de febrero de 2017

Orgánico Pagado

Acciones en la página

19 de enero - 15 de febrero

5

Acciones totales en la página ▲ 100%



Visitas a la página

19 de enero - 15 de febrero

61

Visitas totales a la página ▲ 1425%



Me gusta de la página

19 de enero - 15 de febrero

18

Me gusta de la página ▲ 800%



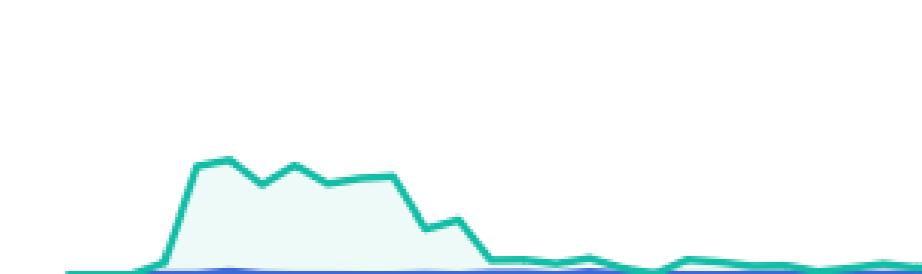
Alcance

19 de enero - 15 de febrero

12 107

Personas a las que se ha llegado

▲ 1 210 600%

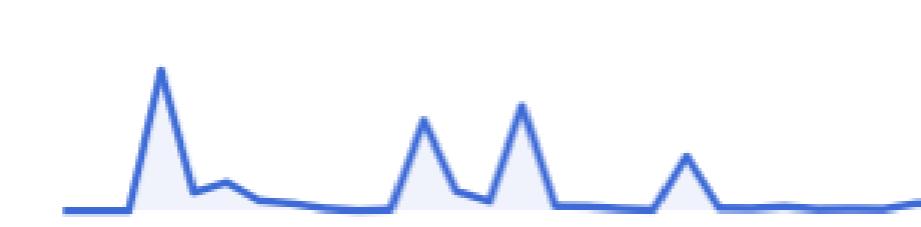


Interacciones con la publicación

19 de enero - 15 de febrero

1467

Interacción con la publicación ▲ 2157%



Vídeos

19 de enero - 15 de febrero

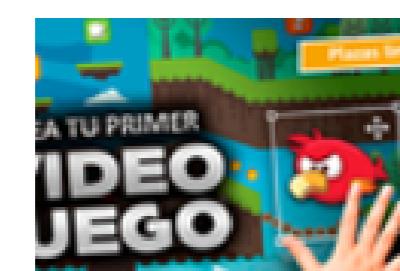
22

Reproducciones de video totales ▲ 1000%



Promociones recientes en Game Art

+ Crear una promoción



Publicación promocionada

Finalizada

852

Personas alcanzadas

28

Interacciones con las publicaciones

7,00 €

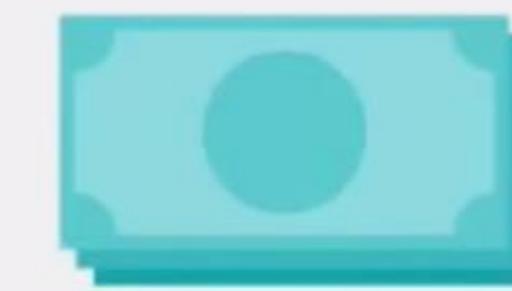
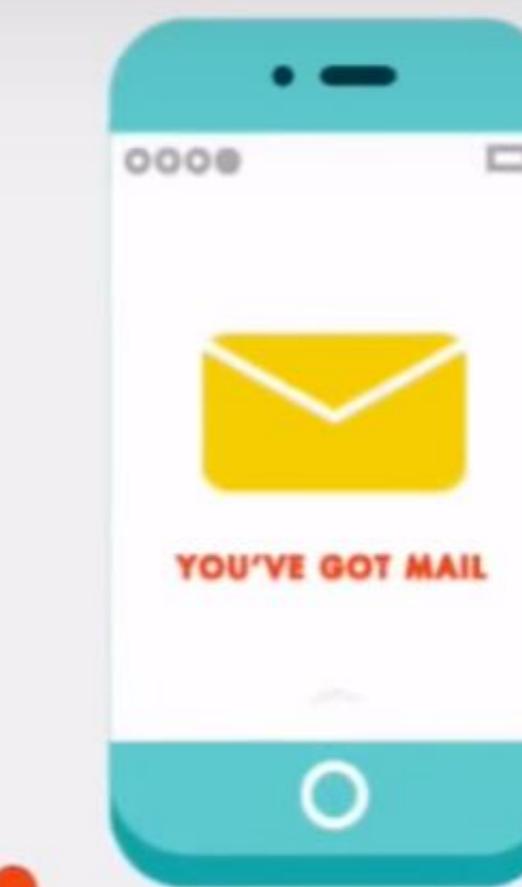
Gasto total: 7,00 €

Quieres crear un videojuego con tus propias regl...

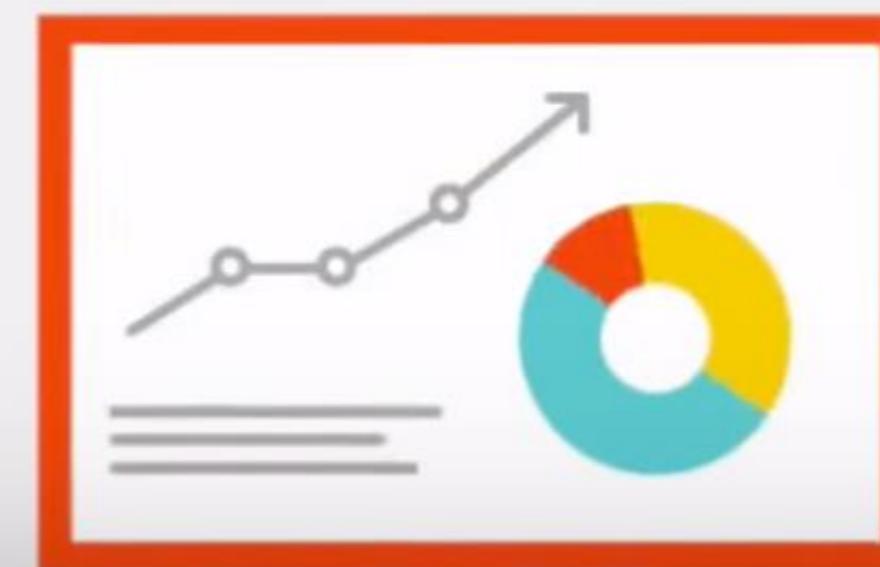
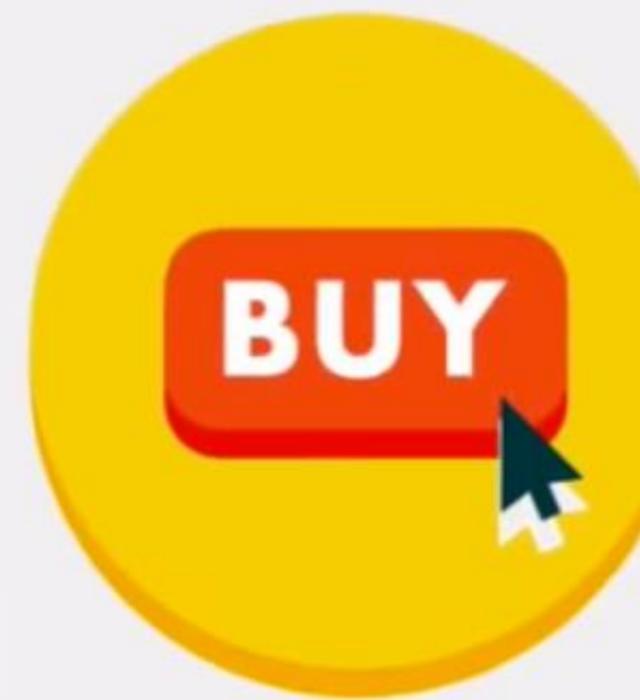
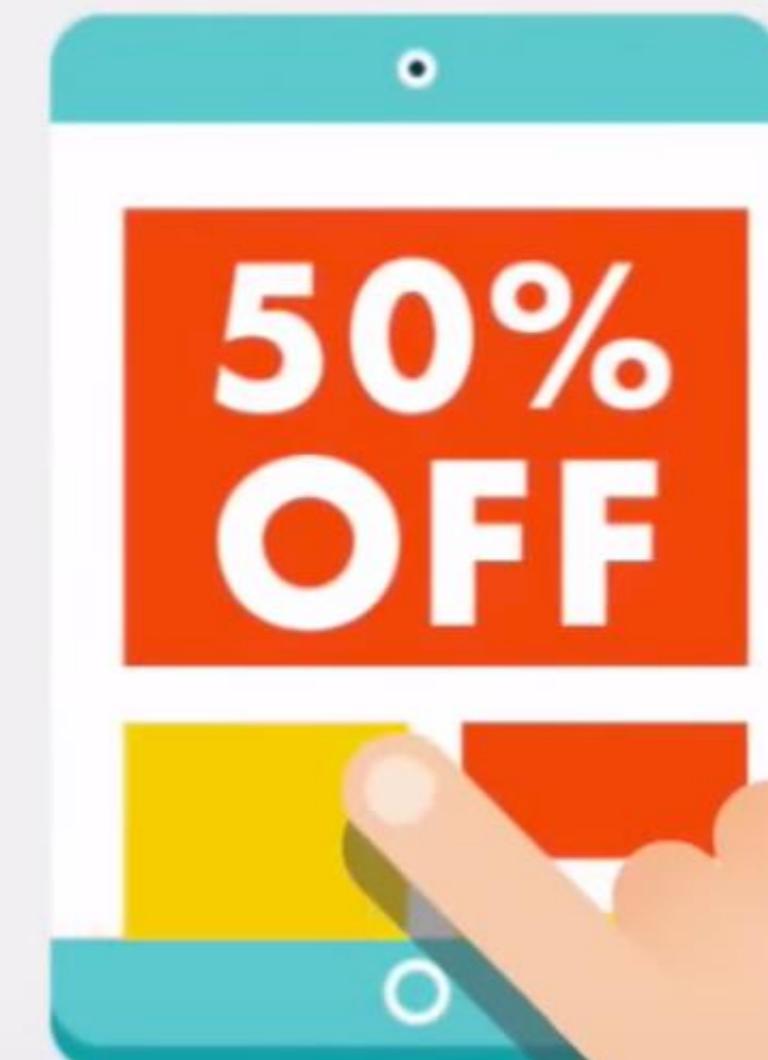
**CALL TO
ACTION**



Remarkety



FREE



Email Marketing 101

A photograph of a row of colorful mailboxes mounted on a dark wooden fence. The mailboxes are painted in various vibrant colors including green, yellow, blue, red, and black. They are set against a backdrop of a clear blue sky with a few wispy white clouds. In the distance, there are some small buildings and utility poles.



Create a template

Help

Select a starting point for your template



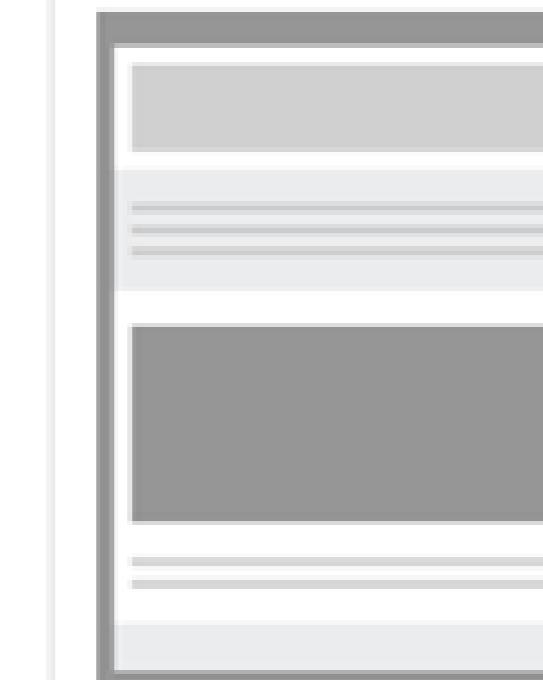
MailChimp

Basic Themes Code Your Own



1 Column
Drag and drop

Select



1 Column - Banded
Drag and drop

Select



1:2 Column
Drag and drop

Select



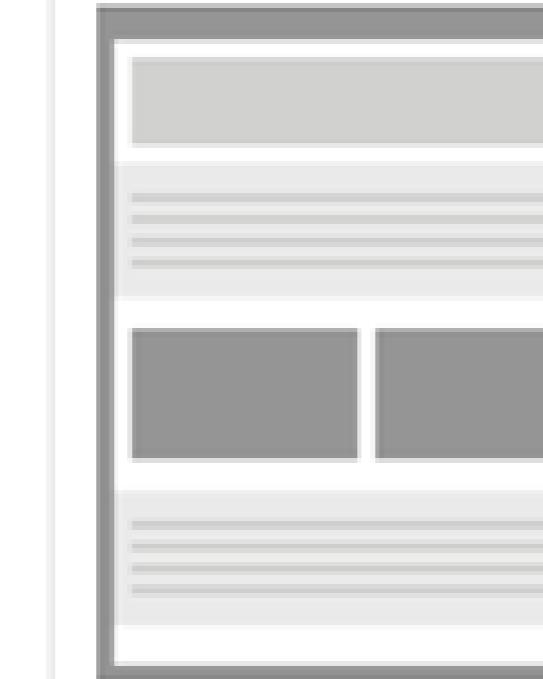
1:2 Column -
Banded
Drag and drop

Select



1:2:1 Column
Drag and drop

Select



1:2:1 Column -
Banded
Drag and drop

Select



1:3 Column
Drag and drop

Select



1:3 Column -
Banded
Drag and drop

Select



1:3:1 Column
Drag and drop



1:3:1 Column -
Banded



1:3:2 Column
Drag and drop



1:3:2 Column -
Banded

ANALYSIS





Google Analytics

Audience Overview

Jan 1, 2014 - Dec 31, 2014 Compare to: Jan 1, 2013 - Dec 31, 2013

Email Export Add to Dashboard Shortcut

All Sessions +0.00%

+ Add Segment

Overview Sessions vs. Select a metric Hourly Day Week Month

Jan 1, 2014 - Dec 31, 2014: ● Sessions
Jan 1, 2013 - Dec 31, 2013: ○ Sessions

1,000

500

April 2014 July 2014 October 2014

New Visitor Returning Visitor

Sessions Users Pageviews

47.66% **47.76%** **42.10%**

132,156 vs 89,499 109,524 vs 74,122 216,109 vs 152,079

Pages / Session Avg. Session Duration Bounce Rate

-3.76% **-1.00%** **2.59%**

1.64 vs 1.70 00:00:51 vs 00:00:51 77.80% vs 75.83%

Users Flow

Acquisition

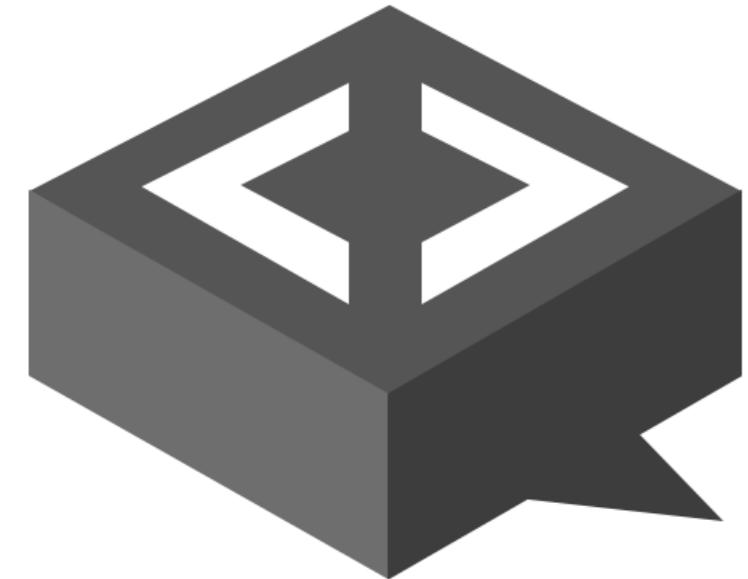
Jan 1, 2014 - Dec 31, 2014

17.6% 82.4%

DUDAS Y PREGUNTAS



GRACIAS A TODOS



TECNOWEBS
WEBS & APPS DEVELOPERS

José Jiménez

- Consultor Desarrollo Web y Móvil
- Auditor Informático
- Especialista TIC y Marketing Online
- Lead Designer and UI/UX
- Formador y Ponente



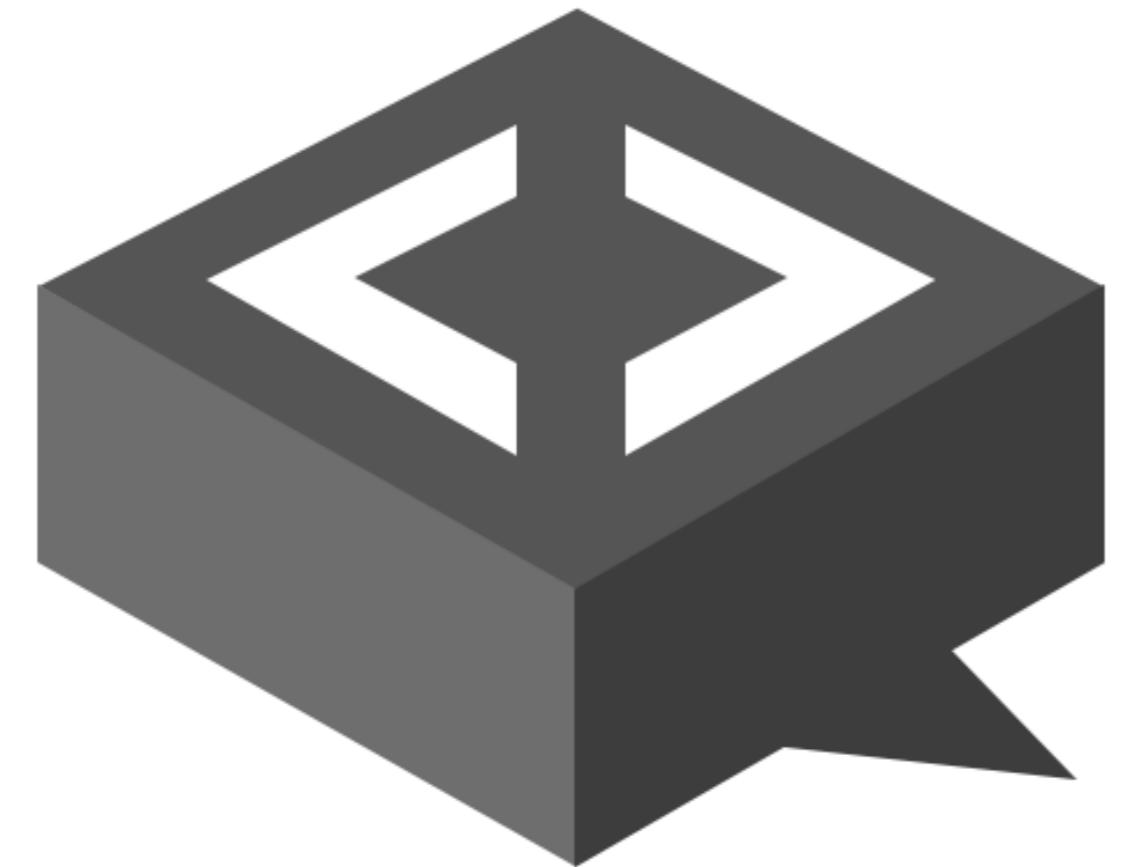
jrjimenez@tecnowebs.es



622 08 05 06



www.tecnowebs.es



TECNOWEBS
WEBS & APPS DEVELOPERS

Contacto



contacto@tecnowebs.es



965 034 734



www.tecnowebs.es

 Microsoft
Dev Center

 Developer

 Google
Developers

 PhoneGap

