

7 x 7 Internet per a les empreses

Taller de divulgació

Conversió: d'usuaris web a clients

Carles Ramos **Aladetres**



Estratègia i Internet

Pep Pujadó **Reimpulsa**



SEO. Marketing en Cercadors

Jordi Carner **Kobemedia**



La virtualització del producte. El cas de Munich Myway

Màrius Cirera **indhex**



Els blocs corporatius

Ramon Costa **Centre d'Innovació en Productivitat**



Xarxes socials

Leonard del Río **Tecdencies**

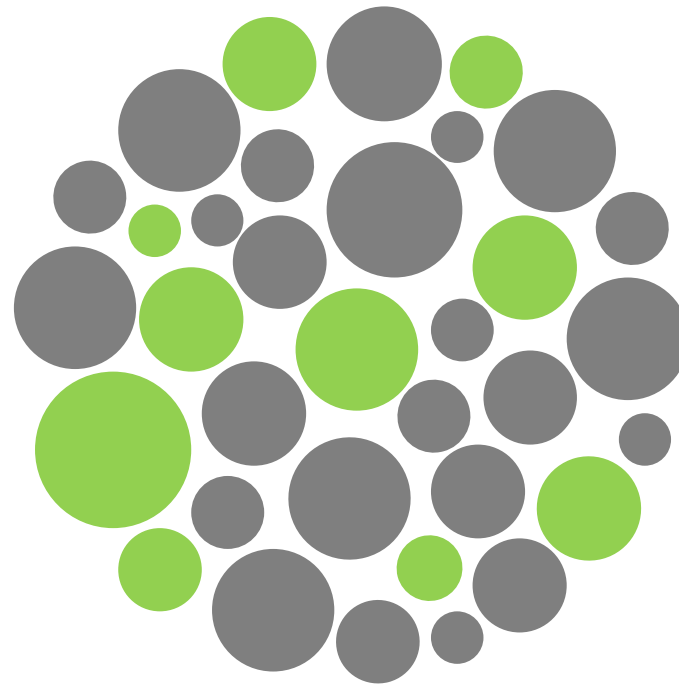


L'entorn Google Apps

Jaume Catarineu **Ubiquat**



CONVERSIÓ: d'usuari web a client



Conversió: d'usuari web a client

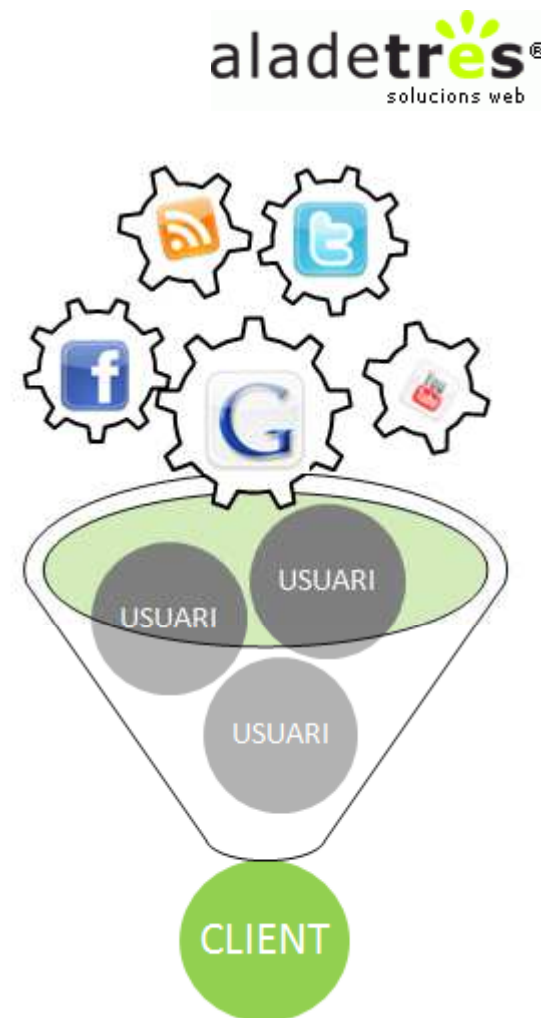
Què és?

Una acció que realitza un visitant al nostre web i que ens aporta un valor al negoci.

És la *culminació/essència* de les nostres accions online.

Exemples de conversions:

- Omplir el formulari de contacte
- Subscripció al butlletí
- Omplir una enquesta
- Consultar una pàgina de distribuïdors
- Deixar un comentari
- Enviar un currículum
- Descarregar un catàleg
- Realitzar un tràmit online



aladetrès®
solucions web

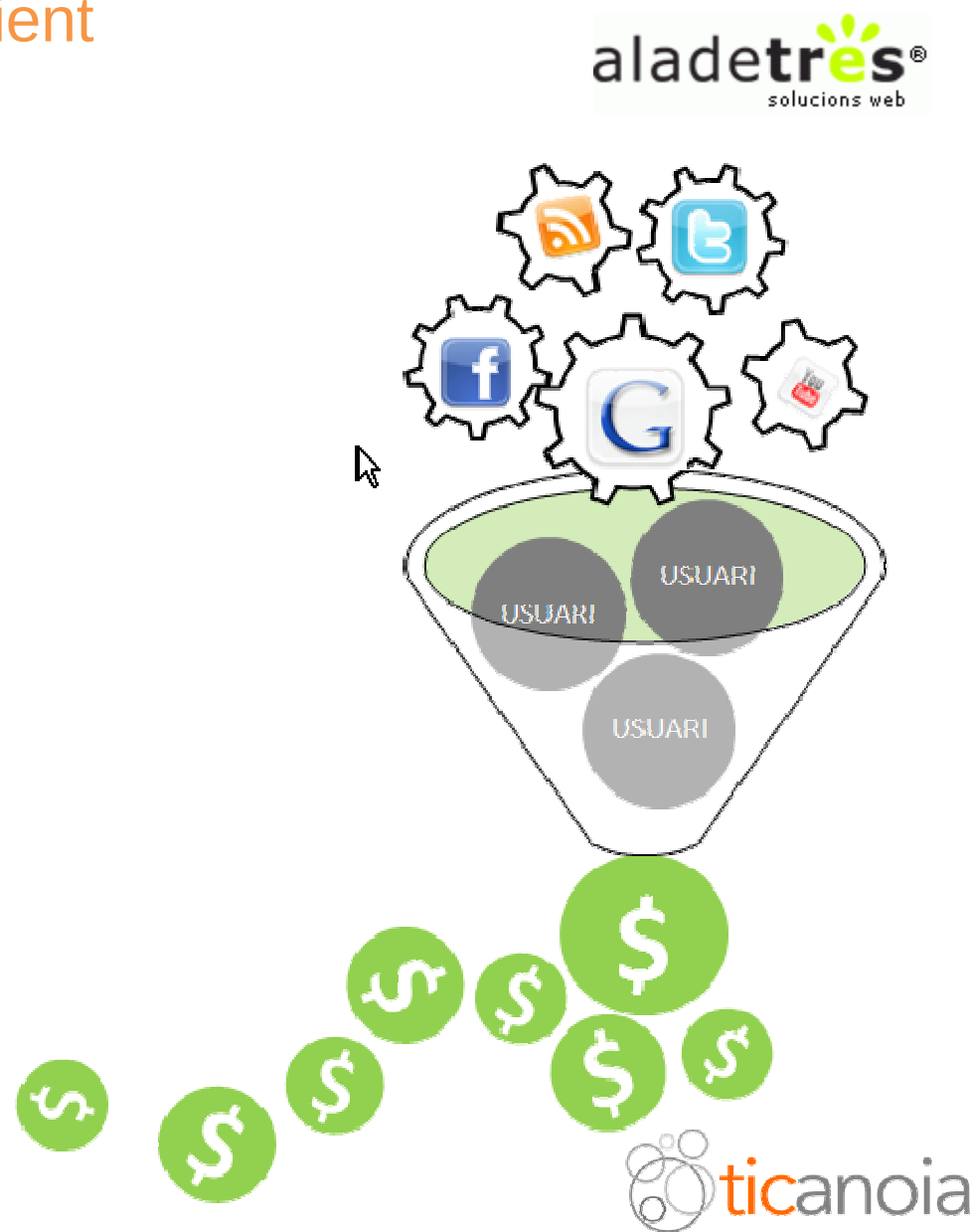
 **ticanoia**

 ticanoia

Conversió: d'usuari web a client

Per a què serveix?

- Avaluar la **qualitat de les visites** rebudes al web.
- Valorar en termes monetaris la **contribució del nostre web** al negoci.
- Conèixer el **retorn de la inversió** feta online.
- Prendre **decisions per millorar** les accions online.
- **En definitiva, treure rendiment real a la versió digital del nostre negoci**

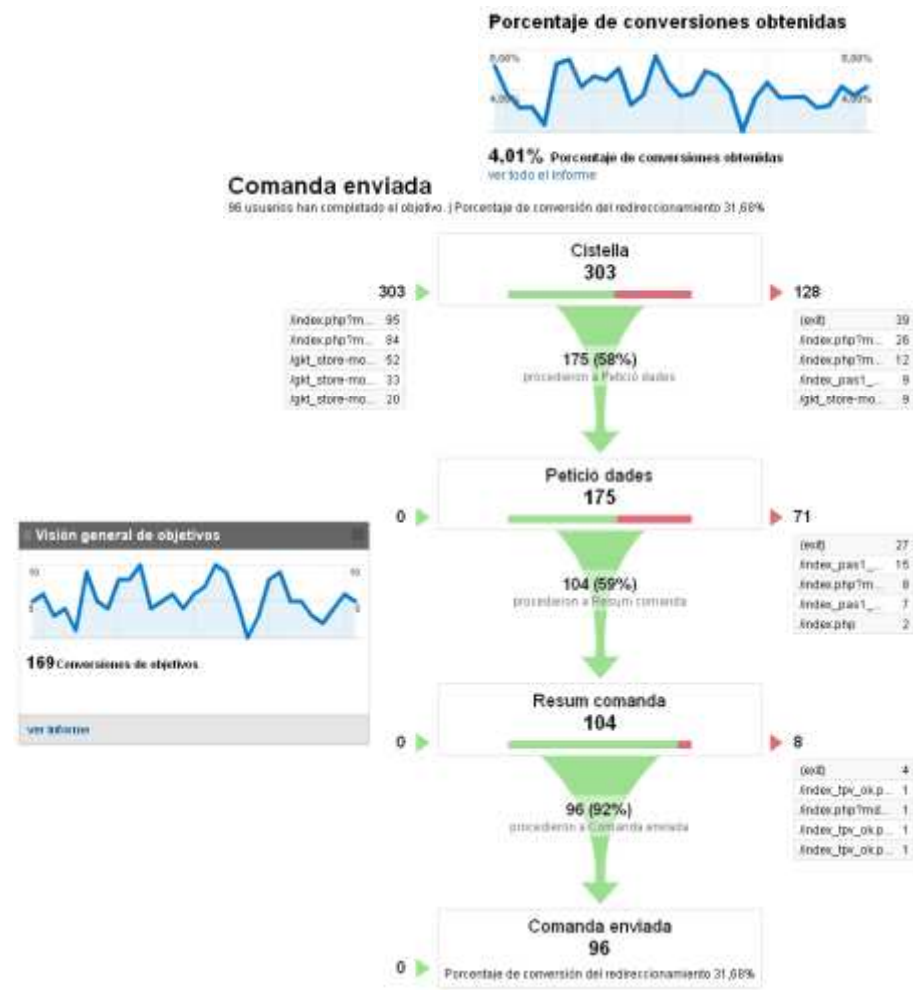


Conversió: d'usuari web a client

Com es mesura? Quin aspecte té?

Els trobem a Google Analytics representats per gràfics

- **Unitats:** comptador de vegades que l'objectiu ha estat realitzat
- **Percentatge:** conversions per cada 100 visites
- **Valor econòmic teòric:** podem assignar un valor econòmic a cada unitat de conversió basant-nos en l'experiència
- **Redireccionament:** què fa l'usuari durant el procés previ a la conversió?



Conversió: d'usuari web a client

M'interessa! Per on començo?

Accions

1. Encarregar un web mesurable, actualitzable i amb continguts pensats per retenir i convertir visites a clients
2. Definir què esperem i quins objectius tenim per al nostre web i fer-li saber al nostre proveïdor
3. Fer accions comunicació online i offline per canalitzar visites *convertibles*
4. Fer el seguiment a través d'informes periòdics i realitzar correccions

Exemples

1.  Crides a l'acció, guiar visualment, pensar en l'usuari + que en producte
2. Rebre el formulari de contacte, la descàrrega d'un catàleg, etc
3. Butlletins, concursos, adwords, presència a portals especialitzats
4.  Aplicar correccions a continguts per enrutar l'usuari a l'acció esperada

Conversió: d'usuari web a client

El vostre web converteix?



**Definiu què i quant
espereu del vostre web i
mesureu l'èxit amb les conversions**

Estratègia i internet



Estratègia

Nous escenàris

Innovació

IDEES





estratègia

reimpulsa
connecting clicks

~~ricardtomàs.com~~

taxisigualada.com ✓



ticanoia

7x7 internet per a les empreses

estratègia

reimpulsa
connecting clicks

~~ricardtomàs.com~~

taxisigualada.com ✓



WWW.TAXISIGUALADA.COM

7214 GLN

SP

ticanoia

ticanoia

7x7 internet per a les empreses

estratègia

reimpulsa
connecting clicks

~~ricardtomàs.com~~

taxisigualada.com ✓



WWW.TAXISIGUALADA.COM

7214 GLN

SP

ticanoia

ticanoia

7x7 internet per a les empreses

estratègia

reimpulsa
connecting clicks

~~ricardtomàs.com~~

taxisigualada.com ✓



mòbil

ticanoia

ticanoia

7x7 internet per a les empreses

~~ricardtomàs.com~~

taxisigualada.com ✓



mòbil



estratègia

~~ricardtomàs.com~~

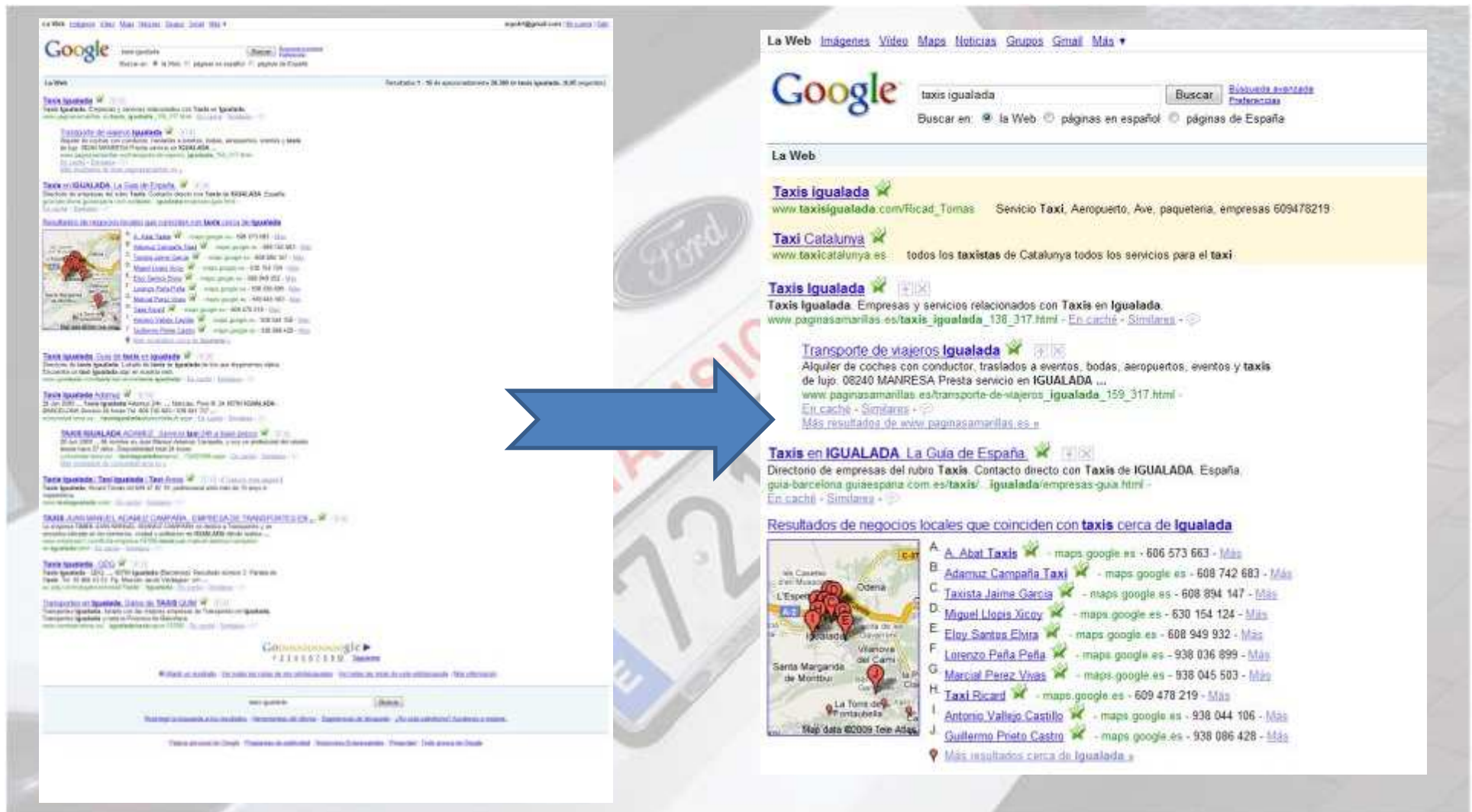
taxisigualada.com ✓



mòbil



3G





Qualsevol **estratègia** tinguin en compte:

Internet és el medi, no l'eix del negoci.

Donin valor al producte. No sempre és el preu.

L'escenari ha canviat ... pot començar amb una paraula ESTUPENDA

ADAPTACIÓ

Estratègia = Adaptació



SEO. Marketing en cercadors

SEO. Marketing en cercadors

Què és?

SEO: Search Engine **optimization**

SEM: Search Engine **Marketing**

Per què es important?

- La majoria dels visitats ens troba mitjançant **cercadors**
- **Monopoli** Google España
- Si no apareixes en els **3 primers...**
- **Com** funcionen els cercadors/Google?



SEO. Marketing en cercadors

Factors a tenir en compte



- Objectius: què volem? I ser **realistes**. Anàlisi mercat i competència
- Important: escollir bé les Keywords= **Paraules clau**

Optimització tècnica del web:

- **Domini**, país, nom=keywords, antiguitat, etc.
- Factors interns de programació i disseny. Web accessible pels cercadors. Títols, urls amigables, descripcions, etc.

Posicionament i Promoció: en quin lloc sortim?

- El més important són els **CONTINGUTS**:
 - **quantitat**: web viva, que creixi
 - **qualitat**: originals (no copiar i enganxar), rellevants/interessants
 - **densitat** keywords
- Intercanvi d'**Enllaços/links**. Pàgines que ens enllacen. Page Rank
- Posicionament de Blogs, foros, xarxes socials, directoris, etc



SEO. Marketing en cercadors

Marketing i Publicitat



Característiques Usuari:

- L'usuari és el rei: esta a un **clic** de la competència,
- És **exigent**, ben informat, **proactiu** i no passiu, poca paciència

Característiques Mercat: Exemple Google Adwords.

- Orientat a un **objectiu** concret
- Mercat **d'informació** “perfecte”
- **Personalitzable**
- Interactiu, bidireccional
- Immediat, anàlisi en **temps real**. Google Analytics
- **Flexibilitat**, velocitat de reacció
- Control del **ROI**, retorn de la inversió



kobe) media



SEO. Marketing en cercadors

Recomanacions



- Altres **eines** Google Maps, Google Images, facebook, youtube, etc
- **SEO 2.0?** On cerca la gent Web 2.0? Identitat digital

Recomanacions BBB:

- Web/Blog amb **molts i bons continguts** i intercanvi **d'enllaços** amb webs i directoris del sector
- Aprofitar **eines gratuïtes** per crear-se una identitat digital: Google Analytics, Google maps, Youtube, Foros, xarxes socials: facebook, etc.
- Campanya Google **Adwords**

Enllaços interessants:

<http://www.manualdeposicionamiento.com/guia-de-referencia-seo/>

<http://google.dirson.com/posicionamiento.net/>

<http://www.desarrolloweb.com/manuales/70/>



**Vols que et trobin a Internet?
Ofereix molts i bons continguts**

La virtualització del producte.

El cas de Munich Myway



Personalització massiva

La fabricació d'un **producte** personalitzat per a cada client de forma **individual** amb preu similar als productes **fabricats en sèrie**.

(Internet i les eines TIC ajuden a aconseguir-ho)

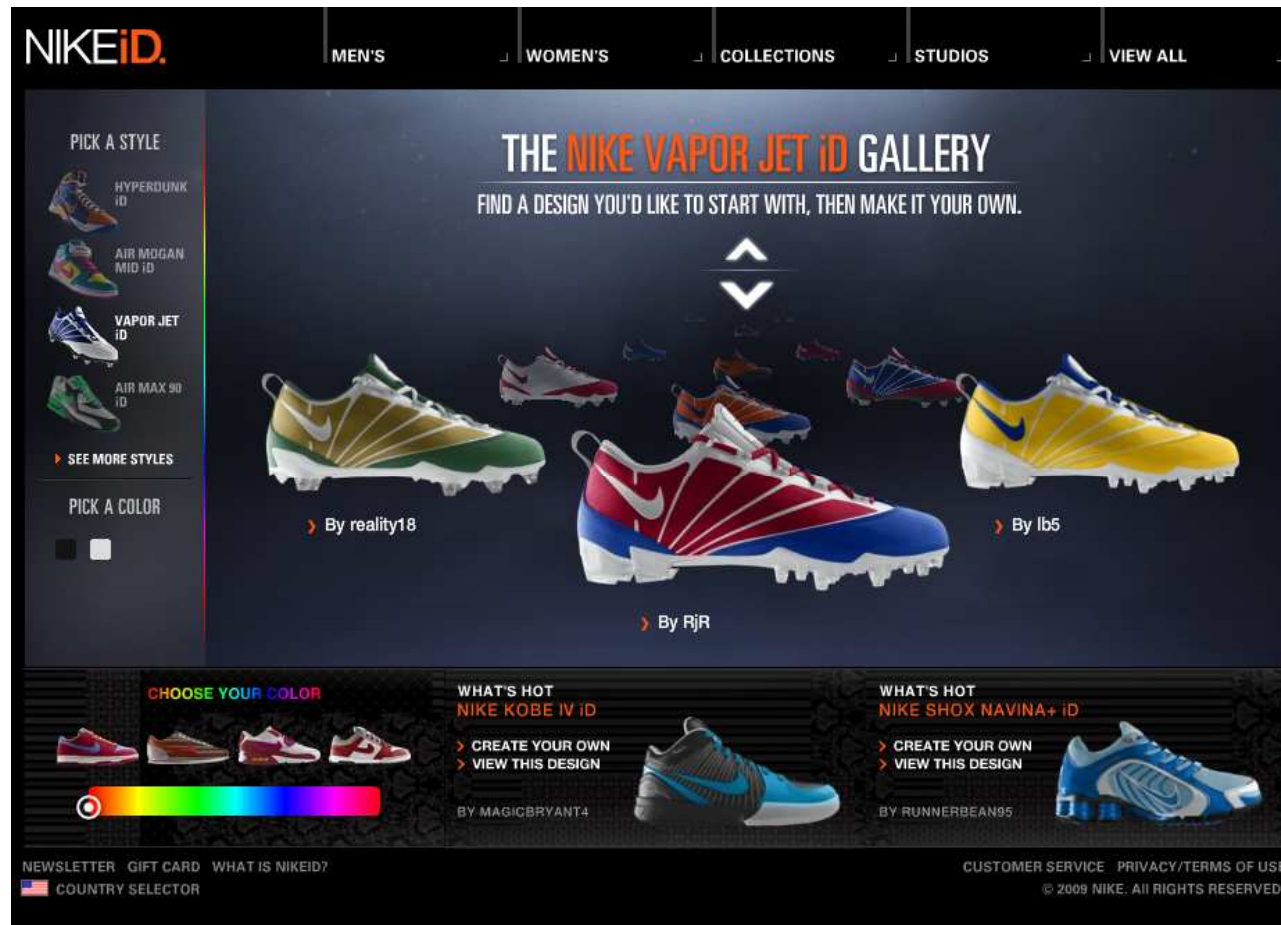
La virtualització del producte MunichShop.net

indhe[®]
INDUSTRIA HEXADECIMAL



La virtualització del producte

NIKEiD.com



La virtualització del producte

NIKE vs MUNICH

NIKEiD.



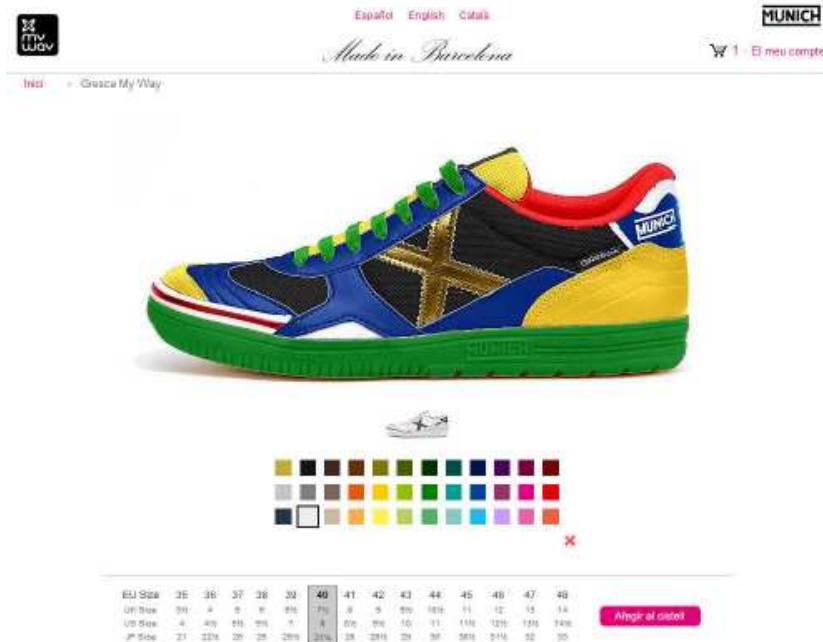
- Direcció i producció **separats**.
- **Molts** models
- **Pocs** colors
- **4 a 6 setmanes** d'entrega
- Proveïdors **deslocalitzats**
- Made in **China**
- **Interfície carregada** d'elements*
- Simulació **no realista***
- **Format propietari** Adobe Flash

- Direcció i producció **junts**.
- **Un** model
- **Molts** colors
- **1 a 2 setmanes** d'entrega
- Proveïdors **locals**
- Made in **Barcelona**
- **Interfície minimalista**
- Simulació **fotorealista**
- **Format standard** HTML/Javascript

La virtualització del producte

MunichMyWay.com

indhe[®]
INDUSTRIA HEXADECIMAL



ticanoia

La virtualització del producte

Exemples:



La virtualització del producte

Exemples:



La virtualització del producte

Exemples:



La virtualització del producte

Exemples:



La virtualització del producte dóna avantatges estratègics a la indústria local

La virtualització del producte

marius.cirera@gmail.com



Els blocs corporatius

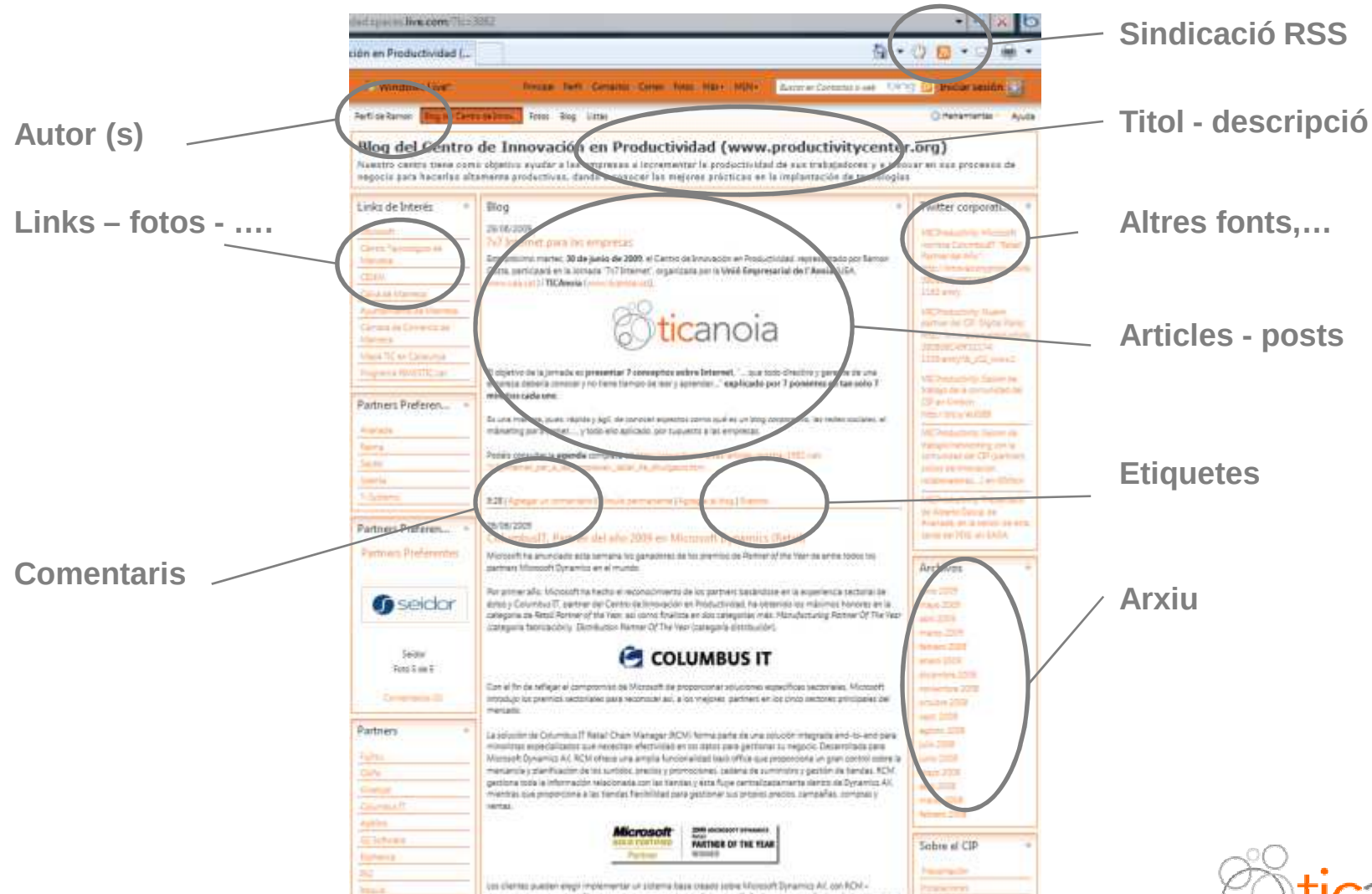
Els blocs corporatius

Què és un bloc?

“Un **blog** (blog o weblog) es un lloc web, **actualitzat** de **manera freqüent**, compost d'**articles**, generalment breus, que es disposen en **ordre cronològic invers**, on un o mes **autors**, escriuen, mitjançant una **eina molt senzilla d'utilitzar**.”

Els blocs corporatius

Aspecte d'un bloc



Els blocs corporatius

Blocs i Webs

Blog	Pàgina tradicional
Muy fácil de editar	Editada por un experto (webmaster)
Se actualiza con mucha frecuencia	Los contenidos tienden a ser permanentes
El coste es cero o marginal	Conlleva un coste de mantenimiento
Se estructura por orden cronológico	Se estructura en áreas visuales
Permite la participación vía comentarios	La participación está muy limitada
Privilegia el contenido	Privilegia el aspecto visual, el diseño
Nos sorprende cada día	Permanece relativamente estable

(Manual del uso del blog en la empresa (Alberto Ortiz))

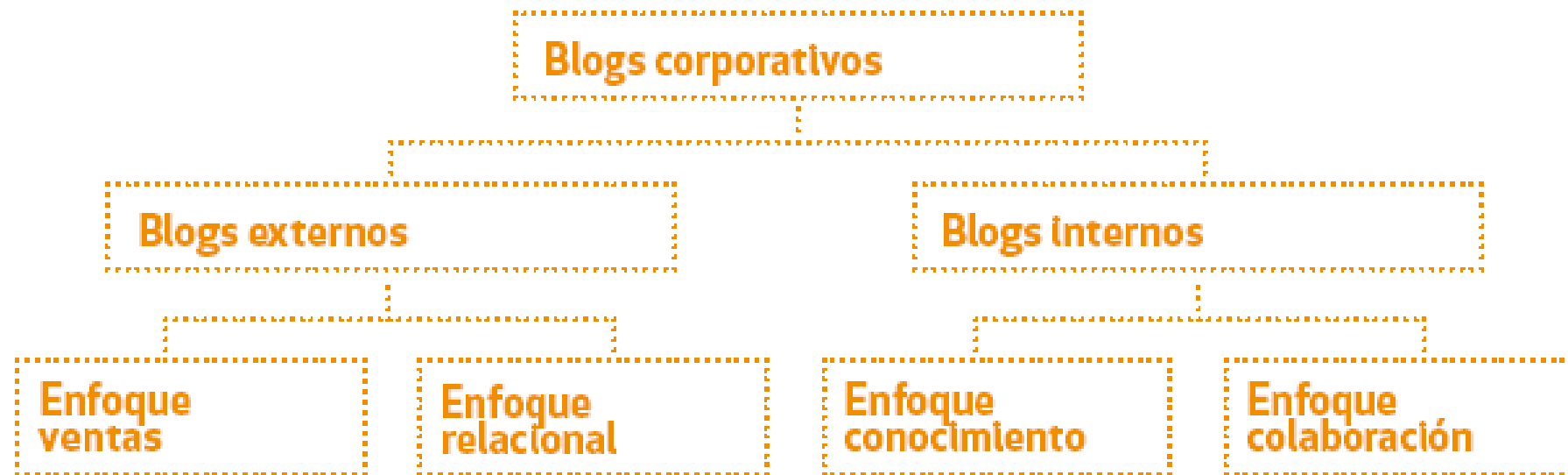
Els blocs corporatius

Tipologia

Segons l'autoria	Segons el caràcter	Segons el contingut
Individual De petit grup Col·lectius Institucionals	Personal Institucional	Text Fotobloc Videobloc
Blogs Corporatius	Blocs de marca Blocs de producte o serveis Blogs de treballadors Blogs d'esdeveniments Blogs de sector	

Els blocs corporatius

Aplicació a l'empresa



Adaptado de Los blogs en la comunicación empresarial en España, grupo BPMO (2006)

Els blocs corporatius

Beneficis

- Blocs externs
 - Incrementar presència a Internet i millorar el posicionament en cercadors.
 - Millora de la credibilitat de l'empresa davant la seva comunitat.
 - Disposar d'un important i ràpid feedback.
 - Fidelització de la base instal·lada i accés a nous clients.
 - Nou suport publicitari i de ràpid creixement.
 - "ROI mes elevat que amb altres mitjans
- Blocs interns
 - Millorar comunicacions internes i la productivitat dels equips.
 - Suport a la gestió de projectes.
 - Eina de suport a la gestió del coneixement.

Els blocs corporatius

Exemples

<http://blogsearch.google.com>
<http://technorati.com>
<http://blogsatala.cmatc.com>
<http://www.directorio-blogs.com>

- General Motors: <http://fastlane.gmblogs.com>
- Wal-Mart: <http://www.checkoutblog.com>
- Intel Cono Sur: <http://www.corelifeblog.com>
- Lancome: <http://www.missl.com.ar>
- Officenet: <http://officenet.blogspot.com>
- Edelman: <http://edelmannext.com.ar>
- Coca-cola: <http://www.coca-colaconversations.com/>
- Despegar.com: <http://www.blog.despegar.com/>
- Sanitas: <http://www.bebesymas.com/>
- Moviéndonos: <http://moviendonos.com>
- Benetton: <http://www.benettontalk.com/>
- Tataki: <http://www.tataki.es>
- Se ha ido ya mama: <http://sehaidoyamama.com/blog/>



Els blocs són un nou canal de comunicació per les empreses

Xarxes socials



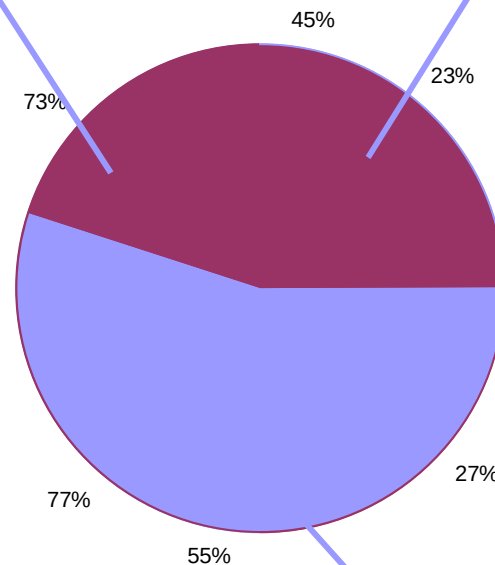
Xarxes què?

- Espanya té **23.000.000** d'Internautes
- Un **64%** forma part d'alguna xarxa social o comunitat



Socials?

El **73%** dels consumidors utilitzen les xarxes socials com a entreteniment i diversió



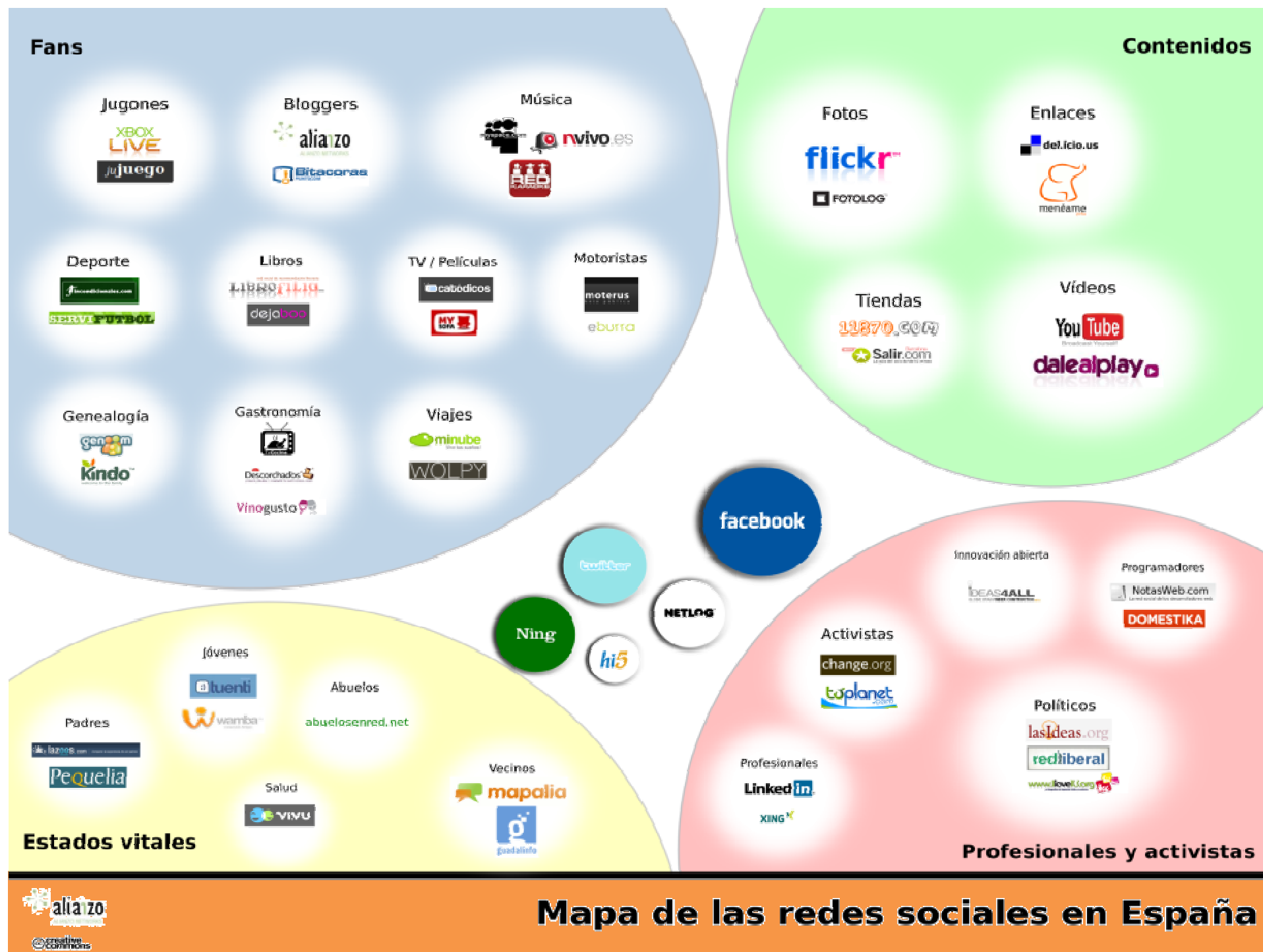
El **23%** utilitza les xarxes socials per a contactes professionals

El **55%** pren decisions de compra orientats per les xarxes socials

I això és per mi?

- El 2011, el **50%** dels **60 milions** d'usuaris de telefonia mòbil accediran a la web social mitjançant el seu dispositiu mòbil





Facebook



- Major xarxa social general a l'actualitat
- Més de **30.000.000** d'usuaris (arreu)
- Contactes, blocs, events, ... de tot!
- En **català** i castellà



- Xarxa professional amb major implantació
- Més de **7.000.000** d'usuaris (arreu)
- Contactes, grups, events, ofertes feina, ...
- En castellà
- Fomenta el contacte "off-line"

Xarxes socials: una altra forma d'arribar a la gent que t'interessa

Google Apps per empreses



Google Apps per empreses

Cloud Computing



“**Cloud Computing** és una nova manera d'entendre la informàtica. Ja no és important on és la informació, sinó si és accessible o no”

“Els **processos** i les **dades** són arreu, i sempre actualitzats i accessibles.”



Google Apps per empreses

Què són les Google Apps?



Gmail for Business

Run your corporate email on your own domain with Google



Google Talk

Instant communication within and outside your business



Google Calendar

Business calendar with shared, and public calendars



Google Documents, Spreadsheets, Presentations

Simple real-time document collaboration



Google Sites

Easily create and edit web pages for your projects and teams

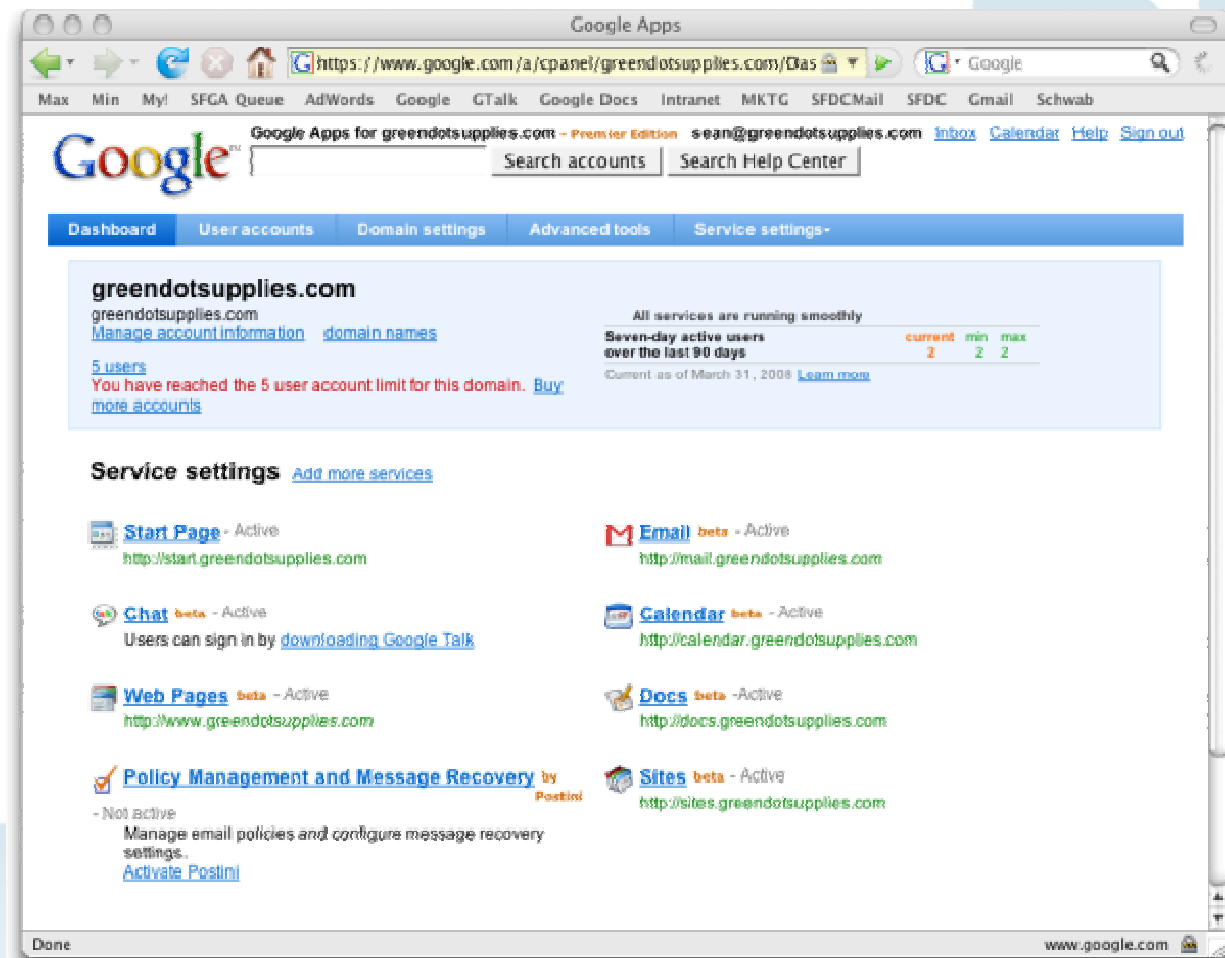


Google Start Page

Your business home page, with views into all of your business apps

Google Apps per empreses

Control i seguretat professionals



Google Apps per empreses

Col·laboració a temps real



Documents



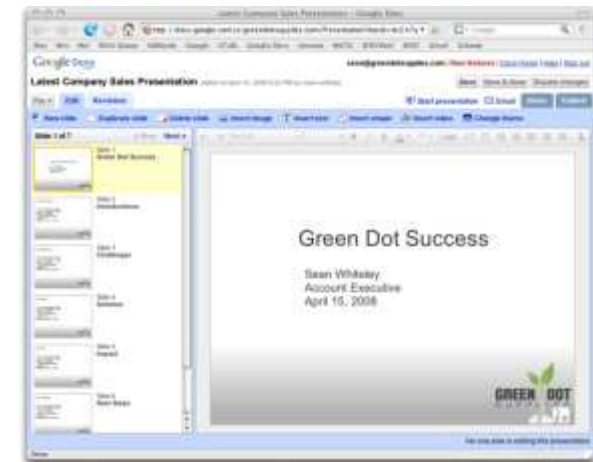
- Sales Plans
- Campaign Briefs
- Business Contracts

Spreadsheets



- Financial Models
- Customer Analysis
- Commissions

Presentations

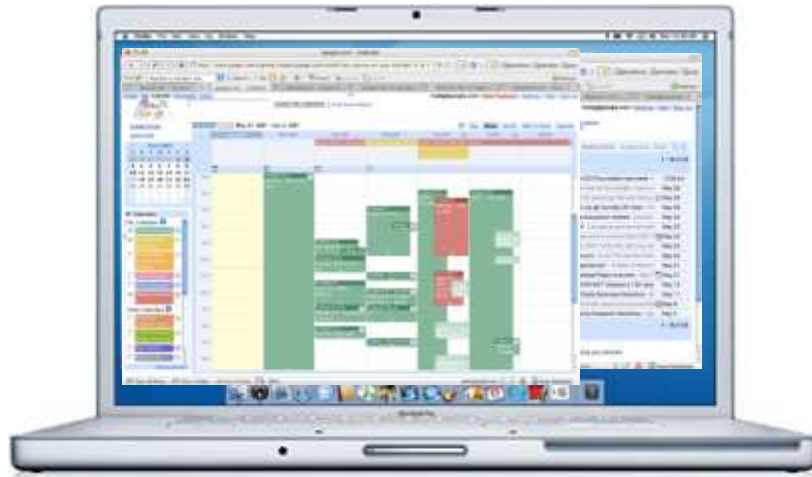


- Sales Presos
- Marketing Events
- Offsites



Google Apps per empreses

Online, offline... i mòbil !



Pots accedir a les teves eines de productivitat des de qualsevol lloc, i fins i tot sense connexió !



Gmail, Talk, i Google Docs són accessibles des del telèfon mòbil, BlackBerry, o iPhone



Google Apps per empreses

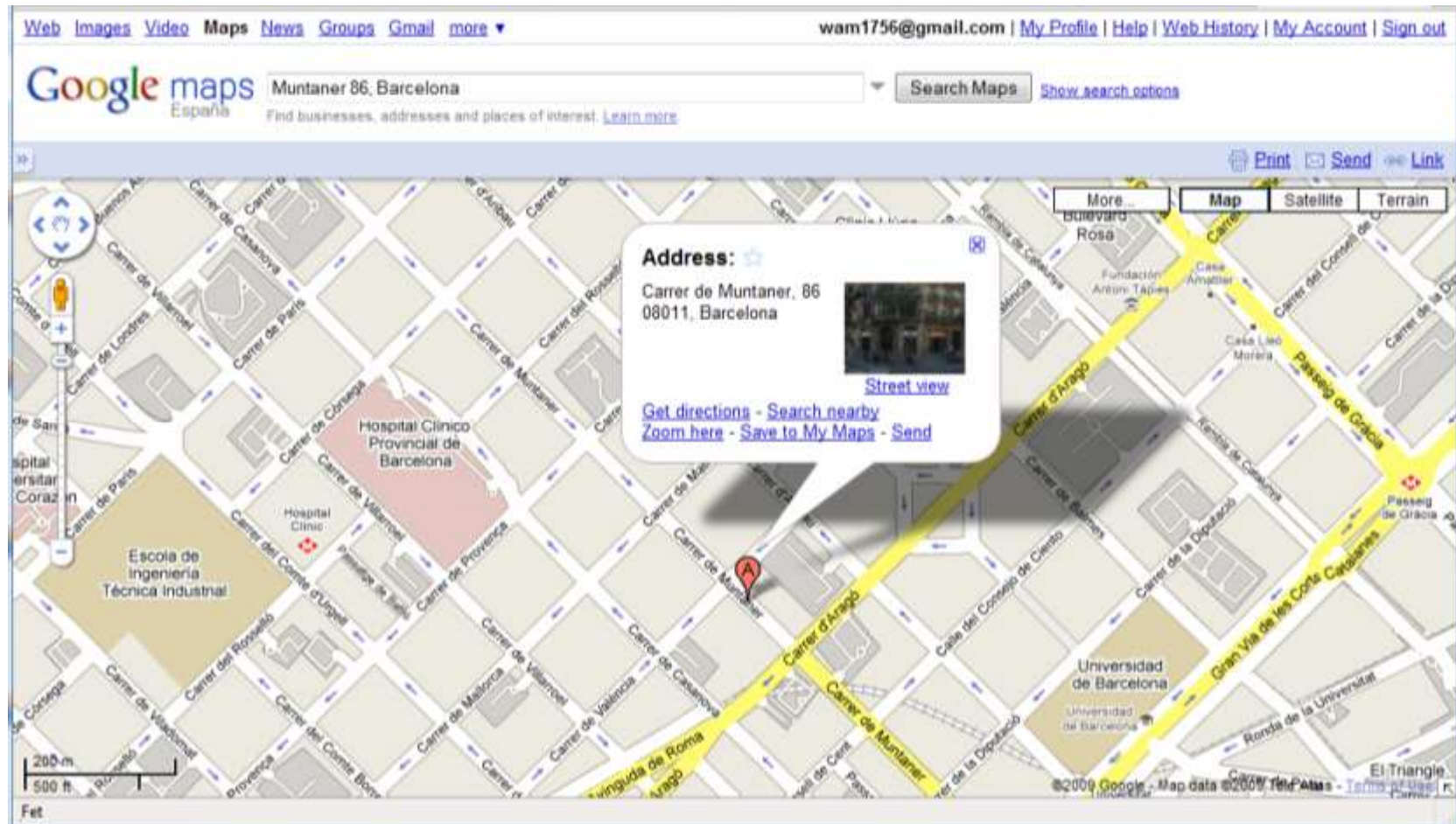
Exemple d'integració (I)



7x7 internet per a les empreses

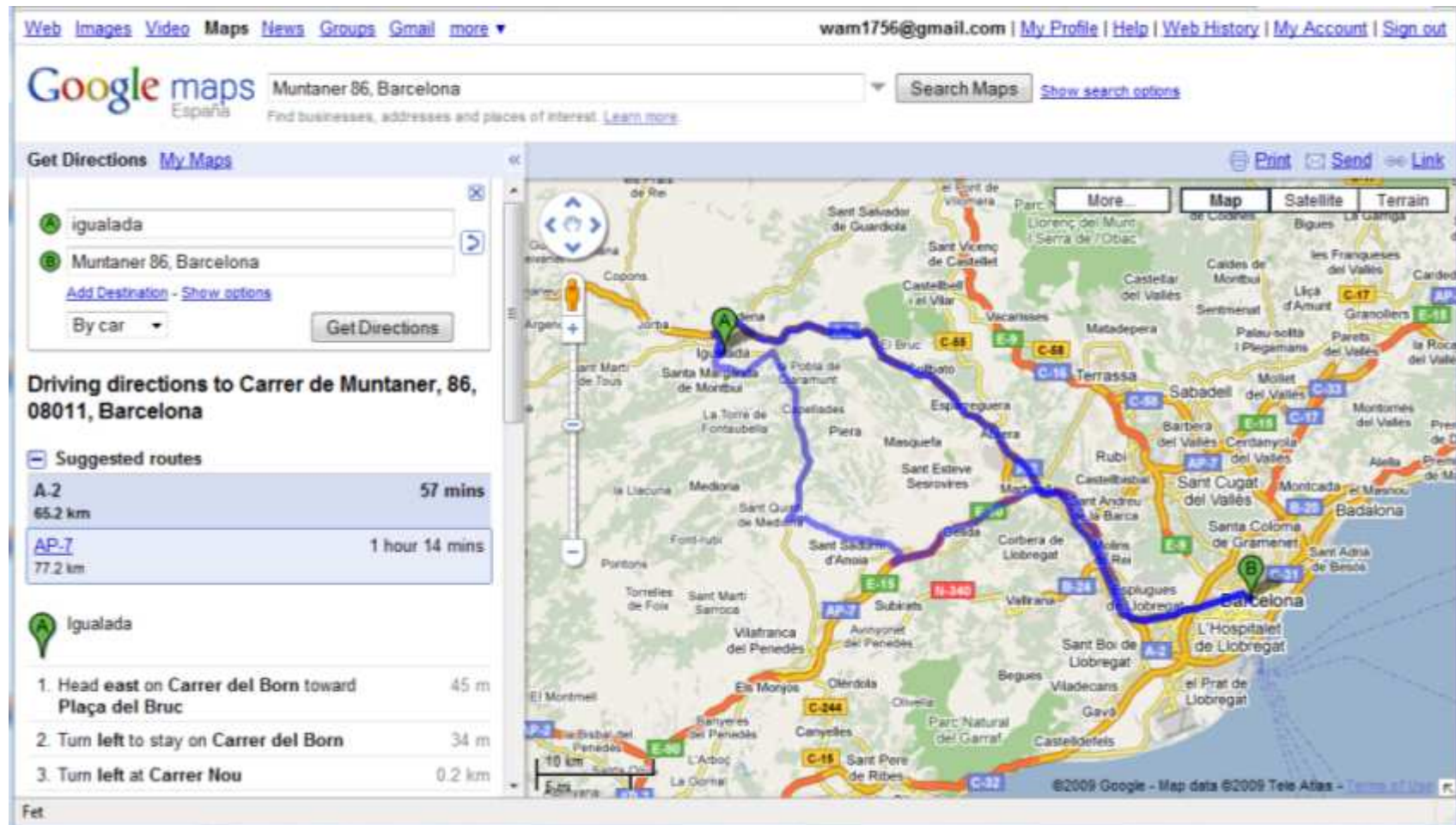
Google Apps per empreses

Exemple d'integració (II)



Google Apps per empreses

Exemple d'integració (i III)



7x7 internet per a les empreses

**Ja no és important on és la informació,
sinó si és accessible**

7x7 internet per a les empreses

7 missatges:

1. Definiu què i quant espereu del web i mesureu l'èxit amb les conversions
2. Estrategia = Adaptació
3. Vols que et trobin a internet? Ofereix molts i bons continguts
4. La virtualització del producte dóna avantatges estratègics a la indústria local
5. Els blocs són un nou canal de comunicació per les empreses
6. Xarxes socials: una altra forma d'arribar a la gent que t'interessa
7. Ja no és important on és la informació, sinó si és accessible