Miércoles del exportador: Publicidad online

Ebert Bardales
ebertbardales@gmail.com
28 de mayo 2014

© hibu plc 2012

Portafolio de productos

Otros Directorios

- Guías especializadas por industria y en diversos formatos
- Complemento ideal para llegar a potenciales clientes
- Tamaños de anuncio y lugares especiales para cada presupuesto

Websites

- Construidas profesionalmente y optimizadas para buscadores
- Diseño moderno y personalizado con contenido relevante escrito por redactores expertos
- Soporte para modificaciones y registro en los motores de búsqueda

Páginas Amarillas Online

- Páginas Amarillas en Internet y aplicaciones móviles
- Listado de anuncios, banners y vídeos
- Perfiles de negocios completos que ayudan a convertir búsquedas en clientes potenciales

Páginas Amarillas Impresas

- Más de 50 años conectando a compradores y vendedores
- Tamaños de anuncio y lugares especiales para cada presupuesto

Video online

- Más información sobre el negocio en el anuncio
- Mayor impacto visual
- Mayor probabilidad de aumentar el número de impactos y por tanto los posibles contactos
- Ayuda al posicionamiento ya que los principales buscadores dan prioridad a los anuncios que contienen objetos multimedia

Banners

- Conseguir más tráfico de personas con una intención real de compra
- Destacar el negocio en un formato dinámico e interactivo
- Mayor impacto visual

Search Marketing

Google ADWORDS SOCIO PREMIUM PARA PYMES

- Promover el negocio en la red de búsqueda de Google
- Campaña personalizada y optimizada por un experto certificado por Google
- Generación tráfico relevante al website

© hibu plc 2012

¿Publicidad online,POR QUÉ?

BRADERMET

Tu Casa

Sal y Pimienta

MOCCA

Megainsumos

VETERINARIA

HOME FITNESS

A.M.
TEMUCO LTDA.

Piscinas

AVÍCOLA
EL GRINGO

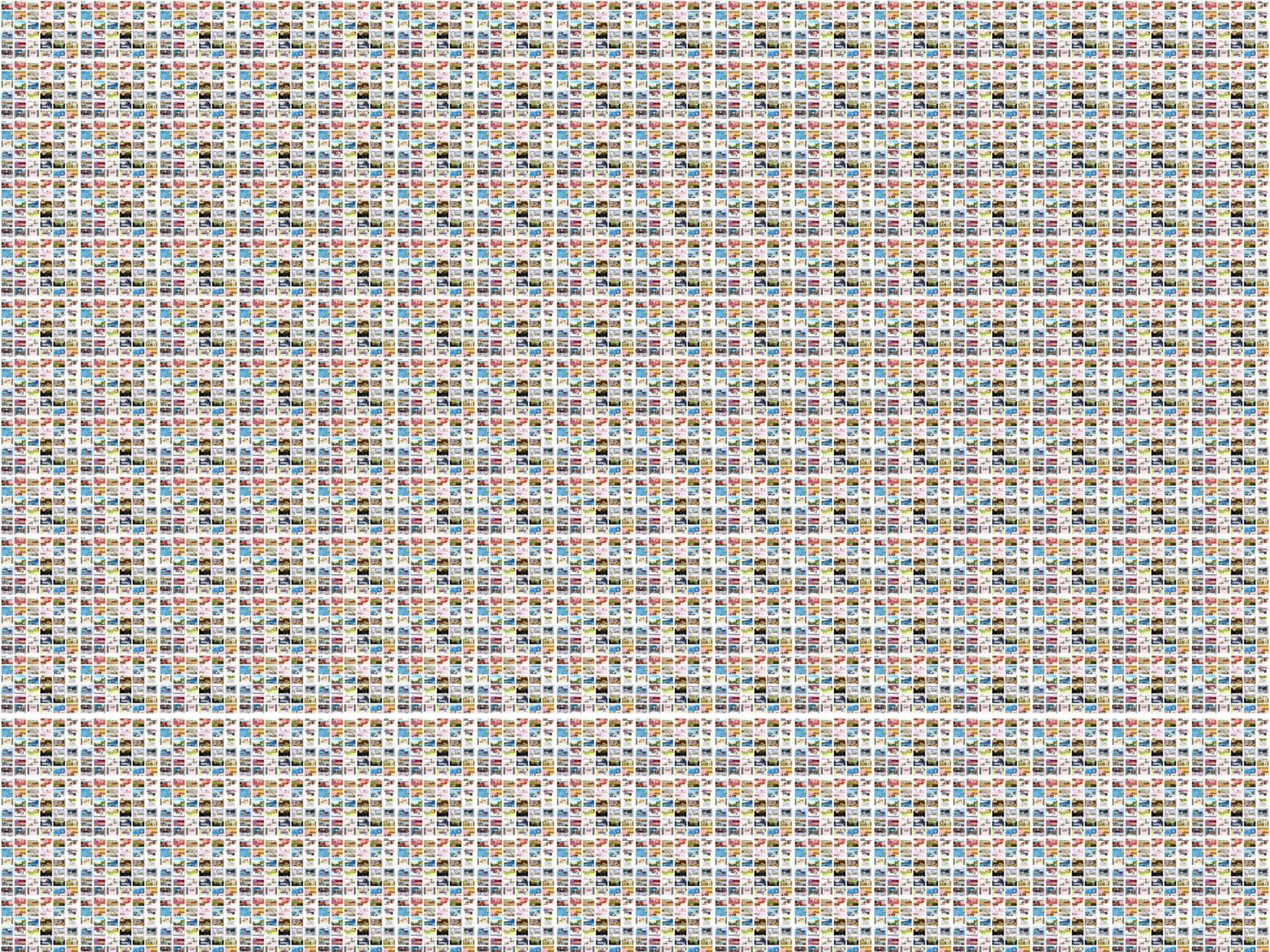
PSIC CENTRO

Aluminios & Vidrios
meyer

FAUNA Y FLORA
PETS SHOP

EUROSHOES

ACKERMAN



Acá esta
mi web!!

Como haría un negocio para vender en una calle donde no pasa nadie

Acá hay más oportunidad

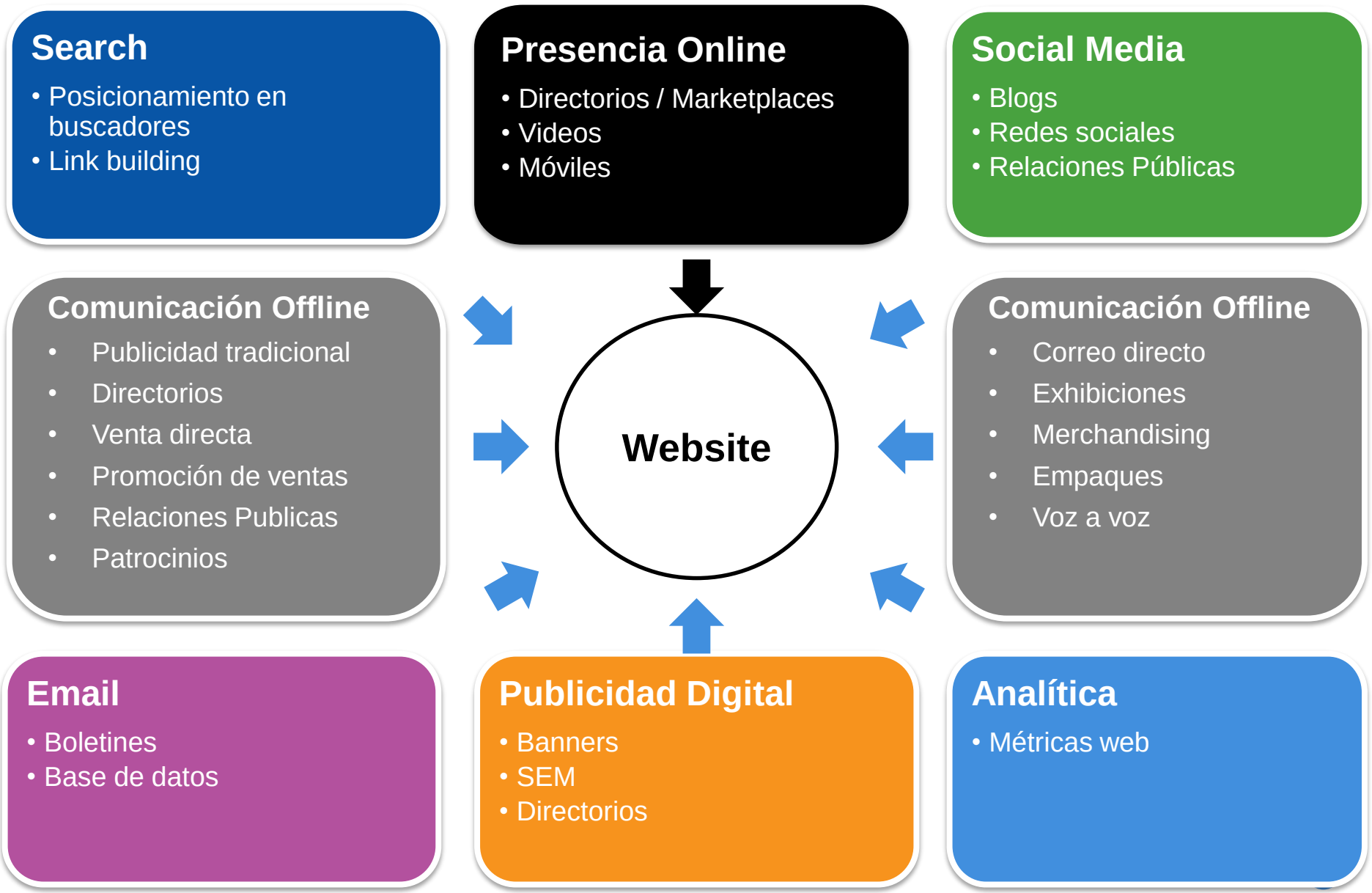
La importancia del tráfico

- Si no hay **tráfico**, no posibilidad de ser **popular**
- Si no soy **popular**, el sitio no es **relevante**
- Si el sitio no es **relevante**, entonces eres **invisible**
- Si eres **invisible**, no tendrás prospectos, menos **posibilidad de tener clientes.**
- Sin **posibilidad de clientes**, no hay posibilidad de **hacer negocio**
- Si **no hay negocio**, no hay ROI (**retorno de la inversión**)

Ideas clave

- El sitio web es el centro de la estrategia de marketing, es el principal elemento de presencia online
  - Se complementa con la presentica en redes sociales, buscadores, **directorios especializados**, buscadores
- El dominio es el nombre único para el sitio web
  - Puedo tener diferentes dominios dirigidos a una misma web
  - Puedo usar subdominios para identificar secciones o idiomas de mi sitio web
- El diseño de un sitio web debe ser fácil de usar y accesible desde múltiples plataformas, navegadores, etc
  - La estructura web es la base sobre la cual se construirá el sitio
  - El contenido es lo más importante para ofrecer a los usuarios

Herramientas de marketing online



Publicidad en directorios especializados

© hibu plc 2012

Fuente: Cámara de Comercio

© hibu plc 2012

Fuente: Adex

© hibu plc 2012

Fuente: Siicex

© hibu plc 2012

Banners

Exposición

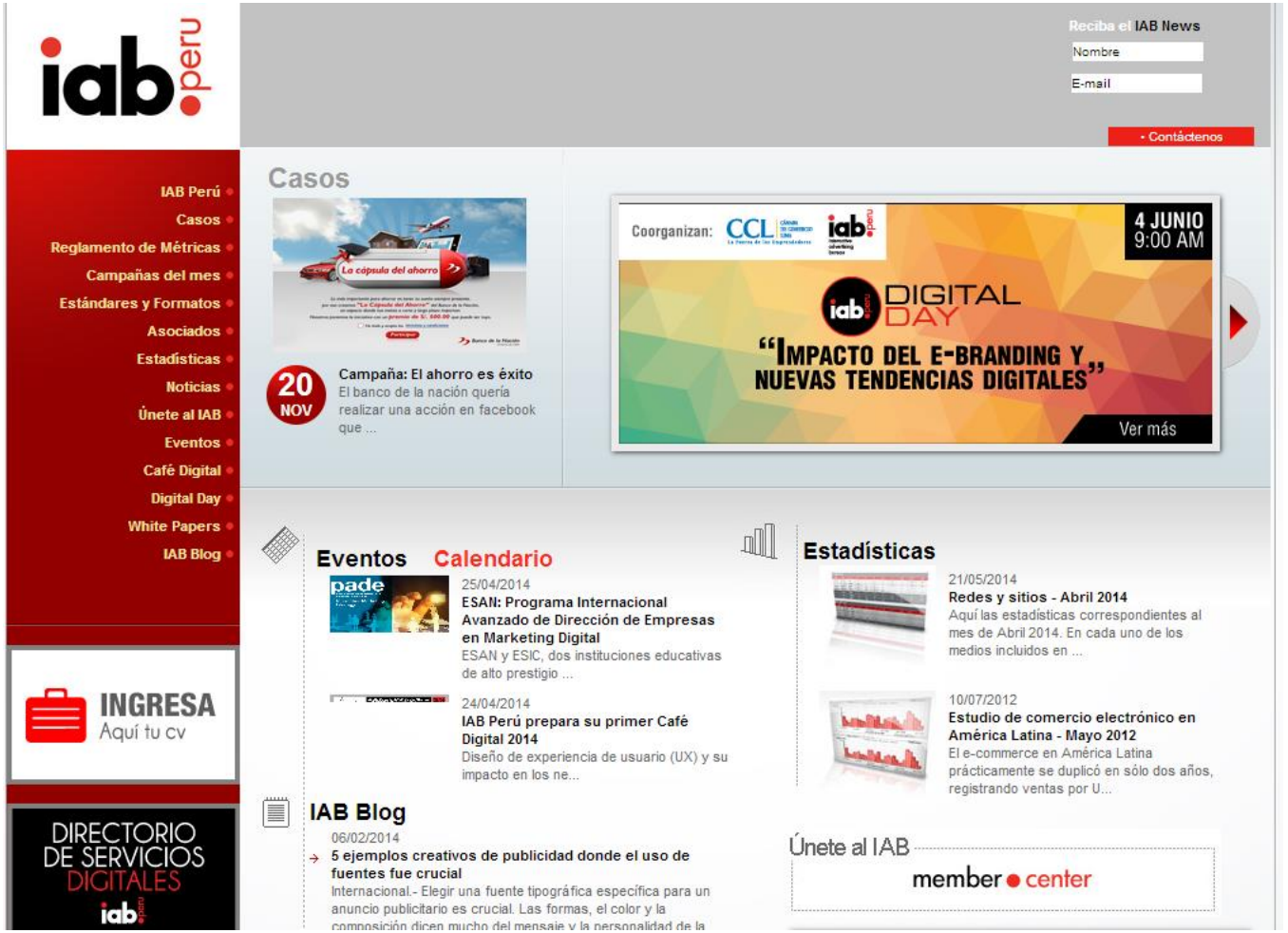
- Costo por tiempo
- Costo por millar

Performance o Desempeño

- Costo por click
- Costo por lead (conversión)
- Costo por acción

© hibu plc 2012

Banners



Fuente: IAB Perú

© hibu plc 2012

Redes sociales

Fuente: Guacamaya spanish

© hibu plc 2012

¿Qué es SEM?

SEM

Se refiere a las actividades de **M**arketing a través de los motores de búsqueda.

Básicamente las técnicas de **SEM** consisten en comprar publicidad en los buscadores.

Lo que se compra son "Resultados Patrocinados", el sistema Pay-Per-Click es el más usado.

Algunos expertos dicen que más adelante el sistema más utilizado podría ser el sistema de cobro "Pay-per-action".

© hibu plc 2012

SEM. Algunas consideraciones

1. **Keywords** (Palabras que activan los anuncios / consultas de usuarios)
2. **Anuncios** (Mensaje publicitario)
3. **Impresiones** (No. de veces que se muestra el anuncio en Google)
4. **Clicks** (Clicks sobre los anuncios)
5. **Costo por click CPC** (Valor pagado por click)
6. **Costo por mil CPM** (Valor pagado por cada mil impresiones)
7. **Landing page** (Lugar hacia donde se dirigen los clicks)
8. **Conversiones** (Acción especifica realizada en el landing page: compra, registro, descarga, referido, visita a página especifica ..)
9. **Inversión en Google** (No. Clicks X Valor del CPC) o (Valor por cada 1.000 impresiones)

© hibu plc 2012

¿Qué formatos se utilizan?

¿Qué formas de publicidad se maneja en SEM?

¿Cómo es la estructura de una campaña?

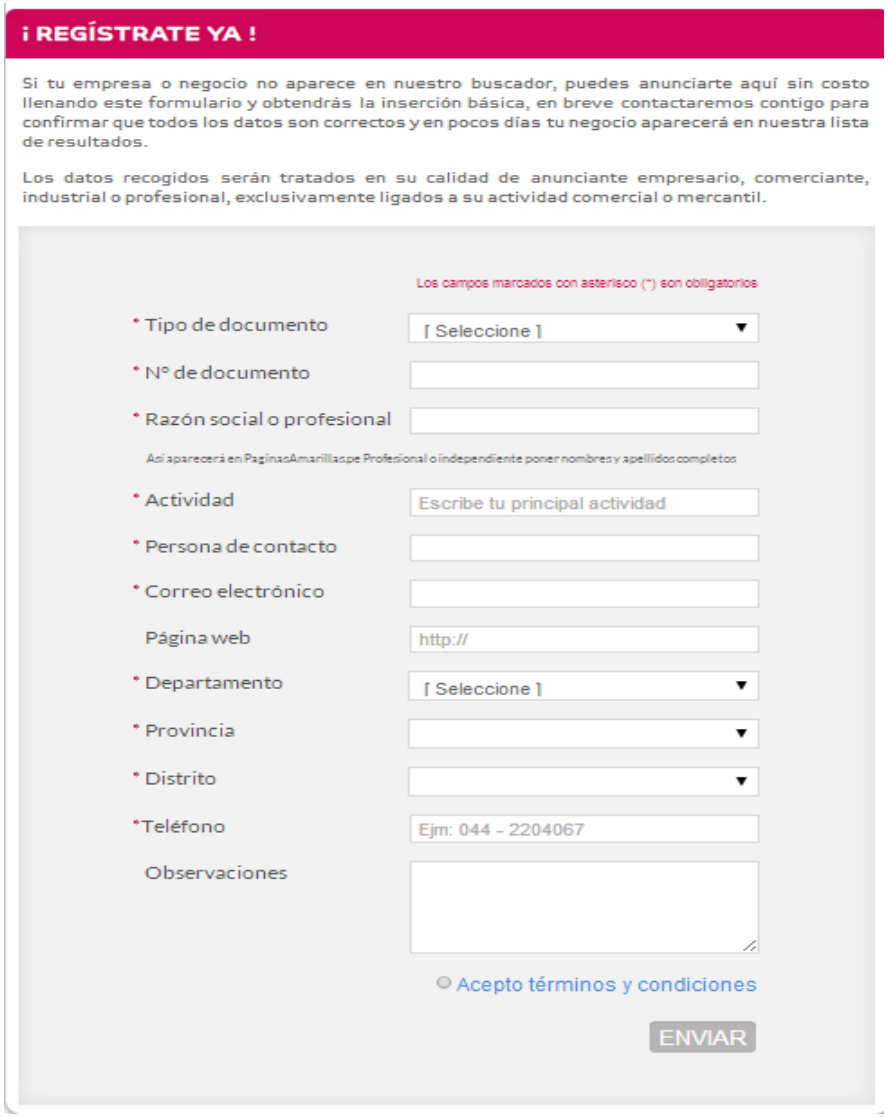
¿Qué consideraciones debo tener en anuncio?

Conclusiones:

- Definir objetivo
- Todo suma, hay que buscar el blend de marketing

© hibu plc 2012

Los invito a llenar el formulario



¡ REGÍSTRATE YA !

Si tu empresa o negocio no aparece en nuestro buscador, puedes anunciarte aquí sin costo llenando este formulario y obtendrás la inserción básica, en breve contactaremos contigo para confirmar que todos los datos son correctos y en pocos días tu negocio aparecerá en nuestra lista de resultados.

Los datos recogidos serán tratados en su calidad de anunciante empresario, comerciante, industrial o profesional, exclusivamente ligados a su actividad comercial o mercantil.

Los campos marcados con asterisco (*) son obligatorios

* Tipo de documento [Seleccione]
* N° de documento
* Razón social o profesional

Así aparecerá en PaginasAmarillas.pe Profesional o independiente poner nombres y apellidos completos

* Actividad Escribe tu principal actividad
* Persona de contacto
* Correo electrónico
Página web http://
* Departamento [Seleccione]
* Provincia
* Distrito
* Teléfono Ejm: 044 - 2204067
Observaciones

Acepto términos y condiciones

ENVIAR

© hibu plc 2012

Gracias
hibu: Soluciones digitales
Ebert Bardales

© hibu plc 2012