

PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INTERNACIONALIZAR LA PYME



Javier Puchades Arce
Marketing Communications Manager Seipasa

Valencia, 27 de octubre de 2022

SOBRE MÍ



Javier Puchades

<https://www.linkedin.com/in/javierpuchades/>

Educación



- Doctor en Comunicación
- Licenciado en Periodismo
- Licenciado en Publicidad y RRPP



- Máster en Dirección de Marketing
- Programa Superior en MKT digital



- Certificación Analytics
- Especialización SEO
- Especialización Pub. RRSS

Experiencia profesional



REALMENTE, ¿ESTÁ TODO INVENTADO?



Estación central de Amberes
23 de marzo de 2009



Hanoi, Vietnam

2003-2004



Petra, Jordan

2006



Dublin, Ireland

2008



Lyon, France

2012

OUTSIDE



APLICA EL PENSAMIENTO

LATERAL

*“Las grandes ideas pueden venir de cualquier parte, pero la mayoría de ellas nacen en las **zonas periféricas**. Son lugares incansables y llenos de recursos”*



ÍNDICE

1.- INVESTIGACIÓN

2.- ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

3.- PLAN DE ACCIONES

4.- MEDICIÓN Y AJUSTE

ANTES DE ARRANCAR...



ANTECEDENTES Y CONTEXTO DE LA EMPRESA:

- Identidad corporativa
- Misión/visión
- Análisis DAFO/SWOT
- Análisis PESTEL (*political, economics, social, technological, environmental, legal...*)

INTERNACIONALIZAR VS EXPORTAR

*Internacionalizar es un proceso el que nuestra empresa se convierte en un importante **actor internacional o global dentro de su mercado.***



¿Cuál es la P más importante del marketing?

P

Producto

Sin un buen producto no existe **marketing ni comunicación**

Q **CASO CASCAJARES**

EL VALOR DE CONTAR CON LAS ALIANZAS ADECUADAS

- PYME creada en 1994.
- 2004 → boda de los Príncipes de Asturias
- ¿Era suficiente?
- 2010 → oficina comercial en París.
- 2011 → Delegación en Canadá
- Colaboración con el chef José Andrés → imagen de su pavo de Acción de Gracias



Fuente: Cascajares



Fuente: Revista Time



PLAN DE COMUNICACIÓN PARA INTERNACIONALIZAR LA PYME

¿Por dónde empezamos?



1. INVESTIGACIÓN

Definición de objetivos



“Hagamos de esto un viaje a alguna parte”

OBJETIVOS DE MARKETING

(ventas, cuota de mercado,
beneficio, ROI...)

/

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

(notoriedad, penetración, impacto, tráfico
web...)



1. INVESTIGACIÓN

Definición de objetivos

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

- *“Aumentar las visitas de nuestro sitio web en un 30% para el lanzamiento del nuevo producto”*
- *“Conseguir un 15% más de inscritos en los nuevos cursos para los próximos 6 meses”*
- *“Duplicar el número de seguidores en RRSS en 12 meses”*
- *“Conseguir 50 impactos en medios locales y 100 en medios nacionales”*
- *“Aumentar la identificación del consumidor con la marca en un 30%”*



1. INVESTIGACIÓN

Auditoria interna

ANTECEDENTES DE COMUNICACIÓN

- Análisis de la comunicación interna y externa
- Histórico de la comunicación
- Planes anteriores
- Resultados obtenidos
- Herramientas utilizadas

“Mira en tu interior para llegar al fondo”





CASO TIMPERS

BUSCAR EN NUESTRO INTERIOR AQUELLO QUE NOS HACE DIFERENTES

- Zapatillas inclusivas fabricadas en Alicante.
“La marca más normal del mundo”
- El 100% de la plantilla tiene algún tipo de discapacidad.
- Usan textiles reciclados
- Proveedor oficial del equipo español paralímpico en Tokio.
- Acaban de lanzar una línea infantil y preparan su internacionalización.



Fuente: El País



Fuente: Timpers



Fuente: Timpers



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia





1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia



Biblioteca de anuncios

Informe de la biblioteca de anuncios

API de la biblioteca de anuncios



Biblioteca de anuncios

La biblioteca de anuncios ofrece transparencia publicitaria al proporcionar una colección completa en la que se pueden realizar búsquedas y que incluye todos los anuncios que actualmente están en circulación en las tecnologías de Meta.

[Ver novedades](#)



Buscar anuncios

Establece tu ubicación y elige una categoría de anuncio para comenzar la búsqueda. **Ver consejos de búsqueda.**

Italia ▼

Todos los anuncios ▼

🔍 Buscar por palabra clave o anunciante



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Palabra clave



Filtros

Publicados en septiembre de 2022

Activo

En circulación desde el 6 sep 2022

Plataformas

Identificador: 833224808030144

Ver detalles del anuncio

Bayer
Publicidad

Science can hold the key to turn 'what if' into 'what is'.
Discover how Bayer is transforming for better to find new ways to take care of our most basic needs:
<https://www.bayer.com/en/news-stories> #TeamBayer

Transforming for better



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Publicados en abril de 2022

Inactivo

26 abr 2022 - 26 abr 2022

Plataformas

Categorías

Tamaño de público estimado: >1 mill. personas

Importe gastado (USD): <\$100

Impresiones: 90 mil - 100 mil

Este anuncio se puso en circulación sin un descargo de responsabilidad

Identificador: 388798089792551

Ver detalles del anuncio

 **Bayer**
Publicidad

Already \$1 billion has been raised in 2021 to protect tropical forests through the LEAF Coalition which we joined last year – a crucial part of our climate, biodiversity and sustainability efforts. Together, we can protect our planet.



Earth Day 2022

Inactivo

19 abr 2022 - 19 abr 2022

Plataformas

Categorías

Tamaño de público estimado: >1 mill. personas

Importe gastado (USD): <\$100

Impresiones: <1 mil

Este anuncio se puso en circulación sin un descargo de responsabilidad

Identificador: 118705242043610

Ver detalles del anuncio

 **Bayer**
Publicidad

Can a more digital corn production be more sustainable? We believe it can be, thanks to our new smart corn system. Transforming agriculture for a sustainable future.

Learn more about our Smart Corn System:



BAYER.COM
The Sustainability Benefits of Short Stature Corn | Bayer
As climate change and extreme weather impact crop yields, the stakes for global food security increase. Learn how short stature corn can help feed more people.

Inactivo

12 abr 2022 - 12 abr 2022

Plataformas

Categorías

Tamaño de público estimado: >1 mill. personas

Importe gastado (USD): \$300 - \$399

Impresiones: 500 mil - 600 mil

Este anuncio se puso en circulación sin un descargo de responsabilidad

Identificador: 462623625652571

Ver detalles del anuncio

 **Bayer**
Publicidad



Healthier Earth, healthier people.
Swipe up to learn how your health and the planet are connected.

BAYER.COM
Bayer

Más inform...



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia



Anuncios

Información

Público

Información sobre el anunciante

Con el objetivo de aumentar la responsabilidad y la transparencia, Meta comparte más información sobre las páginas y sus administradores. [Más detalles sobre la transparencia.](#)

Descargos de responsabilidad

Los anuncios sobre temas sociales, elecciones o política deben incluir un descargo de responsabilidad para verificar quién pagó por el anuncio. Los descargos de responsabilidad se registran con los anuncios durante 7 años en la biblioteca de anuncios de Meta. [Más información sobre los descargos de responsabilidad.](#)

Orígenes de fondos de anuncios sobre temas sociales, elecciones o política

Pedimos a los anunciantes que verifiquen el origen de fondos para cada anuncio sobre temas sociales, elecciones o política. Un anunciante puede declarar varios orígenes de fondos.

Gasto total de €189.175

marzo de 2019 - 11 de septiembre de 2022 en Italia

Importe total estimado que esta página gastó en anuncios sobre temas sociales, elecciones o política.

Descargos de responsabilidad	Gasto por descargo de responsabilidad
Estos anuncios se publicaron sin descargo de responsabilidad.	€9.309
E.ON Energia	€179.866

Gasto reciente de €2.406

7 días · 5 de septiembre - 11 de septiembre de 2022 en Italia

Importe estimado que esta página gastó durante la última semana en anuncios sobre temas sociales, elecciones o política.

Descargos de responsabilidad	Gasto por descargo de responsabilidad
E.ON Energia	€2.406



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Herramientas



<https://es.semrush.com/>



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

The screenshot shows the SEMrush interface for a domain analysis. The top navigation bar includes 'SEMRUSH' and various menu items like 'Funciones', 'Precios', 'Recursos', 'Empresa', 'App Center', and 'Herramientas extra'. The left sidebar lists navigation options such as 'Proyectos', 'SEO', 'SEO local', 'Publicidad', and 'Panel de Advertising'. The main content area displays the domain 'https://istobal.com/' and the title 'Visión general de dominio: istobal.com'. Below this, there are filters for location (Todo el mundo, US, UK, ES), device (Escritorio), date (2 ago 2022), and currency (USD). The main dashboard features four key metrics:

Metric	Value	Change
Authority Score	38	Ranking de dominios de Semrush 41,1K ↓
Tráfico Orgánico	12,4K	-1,7 %
Tráfico De Pago	454	-7,2 %
Backlinks	17K	

Additional data points include: Palabras clave (5,9K ↓), Palabras clave (36 ↑), and Dominios de referencia (862).



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Tráfico por países





1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

¿Quién está enlazando a la web desde fuera?

SEMRUSH Funciones Precios Recursos Empresa App Center Herramientas extra ES

Proyectos istobal.com Dominio raíz Buscar Proyectos +

Panel > Análisis de dominio > Análisis de backlinks Ideas para generar backlinks Manual de usuario Enviar opinión

Backlinks: istobal.com

Live Update: 4 backlinks encontrados hoy Categorías: Empresa e industria > Industria química > Agentes limpiadores 9 más

Visión general Backlinks Anclajes Dominios de referencia IPs de referencia Dominios externos Páginas indexadas Competidores

Backlinks		Tipos de backlinks		Atributos del enlace	
17.020	-4%	Texto	56% 9.544	Follow	67% 11.444
862	-7%	Imagen	43% 7.205	Nofollow	33% 5.568
906		Forma	0% 0	Sponsored	0% 0
		Marco	<1% 2	UGC	<1% 5

Backlinks 1 - 100 (~17.020)

Todos Activos Nuevos Perdidos Período Todos Follow Nofollow Sponsored UGC Enlaces por dominios de ref. Todos 1 3 10

Ubicación del ... Plataforma de la pági... Idioma de la págin... Adaptadas para dispositivo... Filtrar por título ... Filtros avanzados Exportar



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Análisis de *backlinks*: todos

- Rastreo de posición
- Organic Traffic Insights
- GENERACIÓN DE BACKLINKS
 - Análisis de backlinks**
 - Backlink Audit
 - Link Building Tool
 - Análisis grupal
- ON PAGE & TECH SEO
 - Auditoría del sitio
 - Listing Management
 - SEO Content Template
 - On Page SEO Checker
 - Log File Analyzer
- SEO local >
- Publicidad >
- Redes sociales >
- Marketing de contenido >
- .Trends >

Backlinks 1 - 100 (14.153)

Todos **Activos** Nuevos Perdidos Período **Todos** Follow Nofollow Sponsored UGC Enlaces por dominios de ref. Todos 1 3 10

Ubicación del ... Plataforma de la pági... Idioma de la págin... Adaptadas para dispositivo... Filtar por título ... Filtros avanzados Exportar

<input type="checkbox"/>	AS de página	Título y URL de la página de origen	Enlaces ext.	Enlaces int.	Anclaje y URL objetivo	Visto por primera vez	Visto por última vez
<input type="checkbox"/>	62	COTIF Torneo Internacional de Futbol de LA... www.cotifalcudia.com/ Blog ES Adaptado para dispositivos móviles	11	224	Istobal www.istobal.com/es/ Imagen Pie Nofollow	28 de oct. de 2021	hace 5 h
<input type="checkbox"/>	60	0952B ISTOBAL SA www.cagecode.info/0952B EN Adaptado para dispositivos móviles	367	44	WWW.ISTOBAL.COM www.istobal.com/ Imagen Nuevo Nofollow	hace 11 d.	hace 11 d.
<input type="checkbox"/>	57	International Carwash Association - Home www.carwash.org/ EN Adaptado para dispositivos móviles	39	32	ISTOBAL www.istobal.com/ Imagen	27 de dic. de 2021	Ayer
<input type="checkbox"/>	56	FUCHS Lubricants UAE - Ghanim Trading LL... www.ghanimtradinguae.com/ EN Adaptado para dispositivos móviles	23	51	istobal www.istobal.com/ Imagen	18 de ene. de 2022	12 de jul. de 2022
					esens www.istobal.com/ Imagen	18 de ene. de 2022	12 de jul. de 2022



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Análisis de *backlinks*: todos

AS de página	Título y URL de la página de origen	Enlaces ext.	Enlaces int.	Anclaje y URL objetivo	Visto por primera vez	Visto por última vez
<input type="checkbox"/>	Blog ES Adaptado para dispositivos móviles			Imagen		
<input type="checkbox"/>	50 9ª Carrera Cruz Roja Levante-EMV Super... mas.levante-emv.com/carreracruzroja/ Blog ES Adaptado para dispositivos móviles	31	33	viky vickyfoods.es/ Imagen Contenido	16 de abr. de 2022	hace 9 d.
<input type="checkbox"/>	39 DULCESOL GROUP - Other chocolate produ... www.sialparis.com/Exhibitors/Catalogue/Exhibitors-List-2018/PRODUCTOS-DULCESOL EN	13	111	http://www.dulcesolgroup.com www.dulcesolgroup.com/ 301 vickyfoods.es/ Texto Contenido Nofollow	17 de feb. de 2022	17 de feb. de 2022
<input type="checkbox"/>	37 Home - Mitja Marató Gandia www.mitjagandia.org/ Blog ES Adaptado para dispositivos móviles	20	40	alt vickyfoods.es/ Imagen	7 de feb. de 2022	8 de mayo de 2022
<input type="checkbox"/>	33 A Startup Made Edible Algae Packaging to ... www.businessinsider.com/trash-garbage-marine-life-conservation-environment-sustainable-sustainability-ocean-wildlife-2021-8 EN Adaptado para dispositivos móviles	119	84	Vicky Foods vickyfoods.es/actualidad/dulcesol-envases-biodegradables/ Texto Nofollow	18 de feb. de 2022	hace 12 d.
<input type="checkbox"/>	29 www.grupodulcesol.com/ Redirigido	0	0	301 vickyfoods.es/	15 de feb. de 2022	hace 14 d.
<input type="checkbox"/>	29 7 empresas españolas que quieren acabar c... www.businessinsider.es/7-empresas-esp	47	57	Vicky Foods vickyfoods.es/actualidad/dulcesol-envases-biodegradables/	5 de feb. de 2022	11 de jul. de 2022



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Análisis de *backlinks*: por idioma

Rastreo de posición
Organic Traffic Insights

GENERACIÓN DE BACKLINKS

Análisis de backlinks

Backlink Audit
Link Building Tool
Análisis grupal

ON PAGE & TECH SEO
Auditoría del sitio
Listing Management
SEO Content Template
On Page SEO Checker
Log File Analyzer

SEO local >
Publicidad >
Redes sociales >
Marketing de contenido >
.Trends >

Backlinks 1 - 22 (22)

Todos Activos Nuevos Perdidos Período Todos Follow Nofollow Sponsored UGC Enlaces por dominios de ref. Todos 1 3 10

Ubicación del en... Plataforma de la página d... Idioma: IT Adaptadas para dispositivos m... Filtrar por título ... Filtros avanzados Exportar

<input type="checkbox"/>	AS de página	Título y URL de la página de origen	Enlaces ext.	Enlaces int.	Anclaje y URL objetivo	Visto por primera vez	Visto por última vez
<input type="checkbox"/>	8	PRODUCTOS VELARTE SL, Pane e pasticce... www.europages.it/PRODUCTOS-VELARTE-SL/ESP125859-00101.html IT Adaptado para dispositivos móviles	41	34	www.velarte.com/ Texto Encabezado Nofollow Sito web www.velarte.com/ Texto Nofollow	27 de abr. de 2022	27 de abr. de 2022
<input type="checkbox"/>	7	Forno Tradizionale Velarte Srl Panifici Azien... www.beverfood.com/pane-forno-pasticceria/forno-tradizionale-velarte IT Adaptado para dispositivos móviles	14	225	Visita il sito www.velarte.com Forno Tradizionale Velarte Srl www.velarte.com www.velarte.com/ Imagen Nofollow	30 de mar. de 2022	hace 3 d.
<input type="checkbox"/>	3	Elenco Associati Confida www.confida.com/elenco-associati-search/5904/forno-tradizionale-velarte-srl/ Blog IT Adaptado para dispositivos móviles	6	82	http://www.velarte.com www.velarte.com/ Texto	24 de feb. de 2022	2 de jul. de 2022
<input type="checkbox"/>	3	Elenco Associati Confida - Part 2 www.confida.com/elenco-associati-search	12	136	http://www.velarte.com www.velarte.com/	25 de feb. de 2022	6 de jul. de 2022



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Análisis de *backlinks*: por tipo de enlace (esponsorizado)

Log File Analyzer	AS de página	Título y URL de la página de origen	Enlaces ext.	Enlaces int.	Anclaje y URL objetivo	Visto por primera vez	Visto por última vez
<input type="checkbox"/>	45	HOT SALE 2022 Da el Clic y te lo llevas. ... www.hotsale.com.mx/?epaRT=10028553058 EN Adaptado para dispositivos móviles	518	537	HOT SALE Hawkers www.hawkersco.com/es_MX/promocion/ Imagen Nofollow Sponsored	27 de jun. de 2022	27 de jun. de 2022
<input type="checkbox"/>	34	HOT SALE 2022 Da el Clic y te lo llevas. ... www.hotsale.com.mx/?epaRT=12893734937 EN Adaptado para dispositivos móviles	519	536	HOT SALE Hawkers www.hawkersco.com/es_MX/promocion/ Imagen Nofollow Sponsored	26 de jun. de 2022	hace 2 d.
<input type="checkbox"/>	30	HOT SALE 2022 Da el Clic y te lo llevas. ... www.hotsale.com.mx/?epaRT=10100403039 EN Adaptado para dispositivos móviles	519	537	HOT SALE Hawkers www.hawkersco.com/es_MX/promocion/ Imagen Nuevo Nofollow Sponsored	hace 11 d.	hace 9 d.
<input type="checkbox"/>	29	HOT SALE 2022 Da el Clic y te lo llevas. ... www.hotsale.com.mx/?tblci=GiCLMehfJbUtccIJ27RCFo1975SzNKQdsmnCVhBrZsqjOyD_m08 EN Adaptado para dispositivos móviles	515	537	HOT SALE Hawkers www.hawkersco.com/es_MX/promocion/ Imagen Nuevo Nofollow Sponsored	11 de jul. de 2022	11 de jul. de 2022
<input type="checkbox"/>	22	Todas las GAFAS DE SOL que necesitas est... www.larazon.es/lr-content/20210607/3vsjglyttjgofl6j5mmeeh7flm.html ES Adaptado para dispositivos móviles	15	142	64.99€ www.hawkersco.com/paula-echevarria-x-hawkers---rubin/HRUB21BBTE.html Texto Contenido Sponsored	12 de jun. de 2021	16 de mar. de 2022



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Brecha de backlinks

The screenshot shows the Semrush website interface. The top navigation bar includes 'SEMRUSH' and various menu items like 'Funciones', 'Precios', 'Recursos', 'Empresa', 'App Center', and 'Herramientas extra'. The left sidebar contains a 'Proyectos' section and a 'SEO' dropdown menu. Under 'SEO', there are several options, with 'Brecha de backlinks' highlighted in orange. A red arrow points to this option. The main content area displays the 'Brecha de backlinks' tool, which includes a search bar with five 'Dominio raíz' dropdown menus and a 'Buscar backlinks potenciales' button. Below this, there is a 'Cómo funciona' section with a diagram showing a window with 'Your domain' and 'Competitor' input fields and a 'Find prospects' button. A red arrow also points to the 'Brecha de palabras clave' option in the sidebar.

Fuente: Semrush



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Brecha de *backlinks*
La Fallera vs Dacsa (enlaces únicos)

INVESTIGACIÓN DE PALABRAS CLAVE		Mejores	Débiles	Fuertes	Compartidos	Únicos	Todos	Authority Score	Filtros avanzados	+ Iniciar comunicación	Exportar
Visión general de palabras clave											
Keyword Magic Tool											
Keyword Manager											
Rastreo de posición											
Organic Traffic Insights											
GENERACIÓN DE BACKLINKS											
Análisis de backlinks											
Backlink Audit											
Link Building Tool											
Análisis grupal											
ON PAGE & TECH SEO											
Auditoría del sitio											
Listing Management											
SEO Content Template											
On Page SEO Checker											
Log File Analyzer											
SEO local											
Publicidad											
Redes sociales											
<input type="checkbox"/>	Dominio de referencia 1 - 100 (629)	AS	Visitas mensuales	Coincidencias	lafallera.es	arrozdacsa.com					
<input type="checkbox"/>	amazonaws.com Salud > Salud reproductiva > Educación sexual 9 más	90	87,9 mill.	1/2	0	> 1					
<input type="checkbox"/>	medium.com Arte y entretenimiento 9 más	90	163 mill.	1/2	> 1	0					
<input type="checkbox"/>	bing.com Internet y telecomunicaciones > Motores de búsqueda 9 más	88	1.541 mill.	1/2	> 1	0					
<input type="checkbox"/>	elpais.com Noticias > Periódicos 9 más	83	146 mill.	1/2	> 5	0					
<input type="checkbox"/>	theconversation.com Libros y literatura > Recursos de escritura 9 más	80	19,6 mill.	1/2	> 1	0					
<input type="checkbox"/>	vice.com Arte y entretenimiento 9 más	80	37,3 mill.	1/2	> 2	0					
<input type="checkbox"/>	gva.es Trabajo y educación > Educación > Pruebas de acceso 9 más	77	14,7 mill.	1/2	0	> 2					
<input type="checkbox"/>	as.com Deportes > Deportes de equipo > Fútbol 9 más	76	261 mill.	1/2	> 1	?					



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Brecha de *backlinks*
La Fallera vs Dacsa (enlaces compartidos)

Traffic Analytics
Investigación orgánica
Brecha de palabras clave
Brecha de backlinks
INVESTIGACIÓN DE PALABRAS CLAVE
Visión general de palabras clave
Keyword Magic Tool
Keyword Manager
Rastreo de posición
Organic Traffic Insights
GENERACIÓN DE BACKLINKS
Análisis de backlinks
Backlink Audit
Link Building Tool
Análisis grupal
ON PAGE & TECH SEO
Auditoría del sitio
Listing Management
SEO Content Template
On Page SEO Checker
Log File Analyzer

Oportunidades para: lafallera.es Tú

Mejores Débiles Fuertes **Compartidos** Únicos Todos Authority Score Filtros avanzados + Iniciar comunicación Exportar

<input type="checkbox"/>	Dominio de referencia 1 - 73 (73)	AS	Visitas mensuales	Coincidencias	lafallera.es	arrozdacsa.com
<input type="checkbox"/>	wixsite.com Arte y entretenimiento 9 más	87 ▼	56,9 mill.	2/2	> 1	> 2
<input type="checkbox"/>	20minutos.es Noticias > Informativos y noticiarios 9 más	77 ▼	93,7 mill.	2/2	> 2	> 8
<input type="checkbox"/>	levante-emv.com Compras > Anuncios clasificados 9 más	73 ▼	7,7 mill.	2/2	> 9	> 7
<input type="checkbox"/>	elperiodicomediterraneo.com Noticias > Noticias internacionales 9 más	68 ▼	2 mill.	2/2	> 8	> 4
<input type="checkbox"/>	lasprovincias.es Noticias > Periódicos 9 más	67 ▼	7 mill.	2/2	> 1	> 1
<input type="checkbox"/>	sitelike.org Internet y telecomunicaciones 9 más	65 ▼	9,4 mill.	2/2	> 3	> 1
<input type="checkbox"/>	valenciaplaza.com Noticias > Periódicos 9 más	64 ▼	3,2 mill.	2/2	> 5	> 1



1. INVESTIGACIÓN

Análisis externo - competencia

Bases de datos publicitarias



<https://www.infoadex.es/home/soluciones/>



<https://es.adforum.com/>



<https://arcemedia.es/los-productos/adteca>



<https://adsoftheworld.com>



the biggest advertising archive

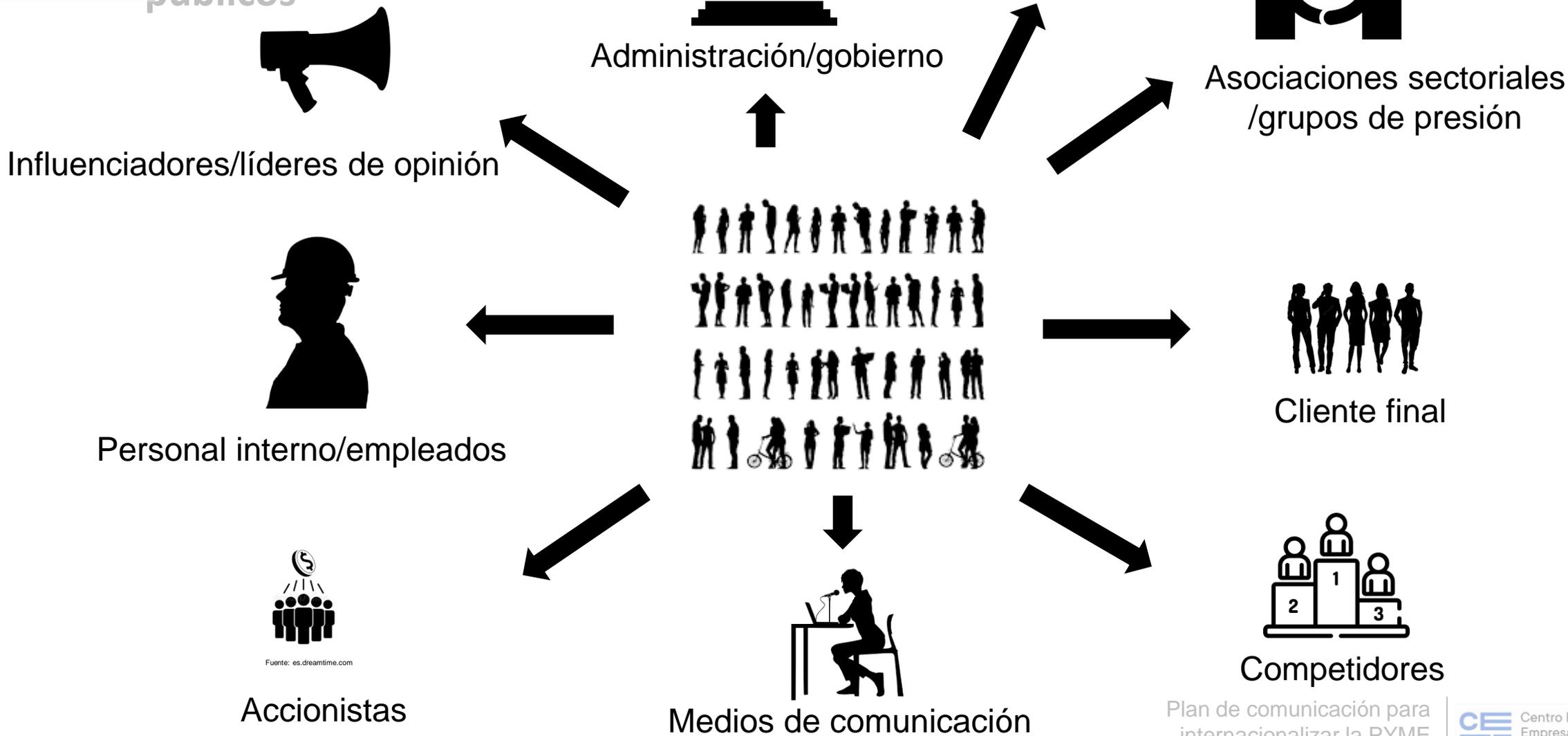
<https://es.coploribus.com>

¿CUÁNTOS PÚBLICOS TIENE MI EMPRESA?



1. INVESTIGACIÓN

Análisis del target - Mapa de públicos



Fuente: es.dreamstime.com



CASO NEOLITH

TOWN HALL: TODO EL FOCO EN NUESTRO PÚBLICO INTERNO



Fuente: Neolith



Fuente: Neolith

- Evento para empleados de todas las filiales en el mundo.
- Carácter presencial y virtual.
- Compartir objetivos, líneas estratégicas, resultados.
- Motivación: ver, tocar, sentir.



CASO SCHNEIDER ELECTRIC

PONER EN VALOR EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- Gala de distribución *IT Channel*.
- Punto de encuentro para mayoristas y empresas de distribución.
- Premio a las mejores trayectorias.
- Información sobre tendencias de mercado



Fuente: Revista Byte



Fuente: lagua.es



1. INVESTIGACIÓN

El presupuesto de comunicación

Métodos para determinar el presupuesto de comunicación:

- Porcentaje sobre la cifra de ventas alcanzada en el ejercicio anterior.
- Presupuesto sobre el valor de las ventas previstas.
- Presupuesto sobre una cantidad fija por unidad vendida.
- Presupuesto sobre una cantidad fijada de manera arbitraria.
- Presupuesto en función de la inversión de mis competidores.
- Presupuesto sobre los objetivos a alcanzar y las tareas a desarrollar.
- Presupuesto sobre la maximización de beneficios.



“La mitad de lo que invierto en publicidad se pierde, el problema es que no sé qué mitad”

John Wannamaker, 1885



ÍNDICE

1.- INVESTIGACIÓN

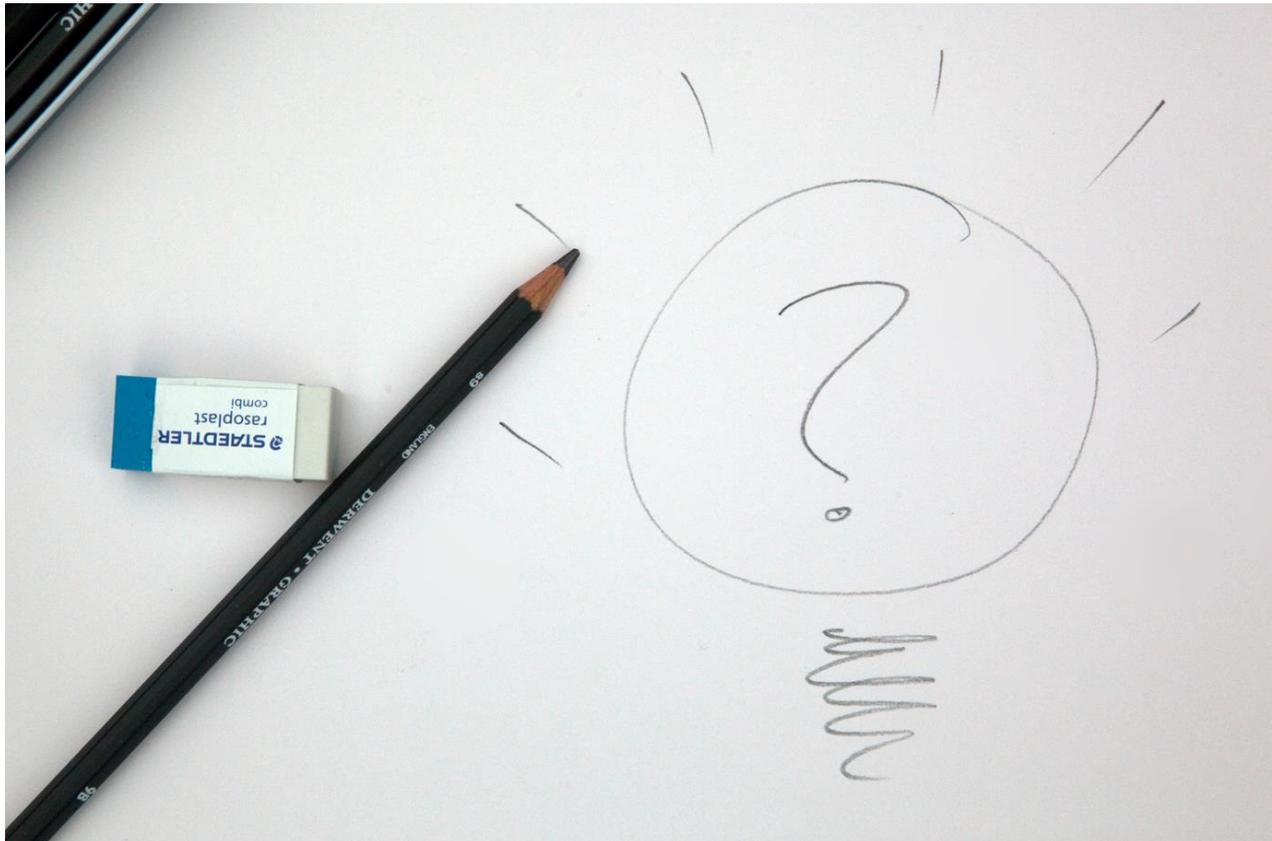
2.- ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

3.- PLAN DE ACCIONES

4.- MEDICIÓN Y AJUSTE



2. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



“Estrategia es pensar, es elegir, es descartar. Es ‘mojarse’, es arriesgar, es aprender de la investigación, de los aciertos y de los errores. Es actuar”

Eva Santana



2. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Estrategia creativa



Emoción - sentimiento

EL CONCEPTO

Información - razón



“Pensar en qué digo, cómo lo digo y por qué lo digo”



2. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Estrategia creativa



“El marketing que nos enseñaron consistía en apretar el botón, inundar el mercado de publicidad y esperar a los clientes. Pero ese tipo de publicidad ha muerto”.



2. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Estrategia creativa

“La gente está sobrepasada ante la cantidad de elecciones que tiene que hacer a diario.

Adiós a la economía de la información.

La atención humana se ha convertido en la principal moneda de cambio.”

Kevin Roberts





2. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Estrategia creativa

EMOCIÓN

“Todo el mundo, en todas partes, está deseando vivir emociones”

Kevin Roberts



CASO DACSA

UNA MEZCLA DE MISTERIO Y HUMOR PARA DEFENDER LO AUTÉNTICO



- Dacsa: arroz D.O Valencia cultivado en la albufera.
- Parodia cinematográfica para recalcar la importancia de elegir el arroz adecuado.
- El valor de lo auténtico y genuinamente valenciano.



CASO LA FALLERA

LA SORPRESA DE VIVIRLO DESDE DENTRO

- La Fallera: el arroz de los valencianos.
- Costumbres y tradiciones valencianas con enfoque innovador.
- 'La Fallera CAM' para vivir la cremà desde dentro.





CASO RAFA JUAN

'UNA DULCE HISTORIA' LLENA DE INTIMIDAD Y AGRADECIMIENTO

- Narración de la historia de Vickyfoods a través de testimonios y vivencias personales.
- La figura de sus padres, siempre presente (empresa familiar).
- Realza la intimidad: nos deja entrar en su pasado, recuerdos.
- Gran contador de historias basadas en la superación, el esfuerzo, espíritu emprendedor y la innovación.

Rafael Juan @rafjuan · 1st
Vicky Foods CEO
9h · 🌐

En julio de 1983 falleció mi padre. Me sentí muy mal porque había convivido muy poco con él. Prácticamente me había limitado a acompañarle durante los dos últimos veranos, en los que, cada vez más apartado de la empresa, se...

[See translation](#)



Rafael Juan · 1st
Vicky Foods CEO
5mo · 🌐

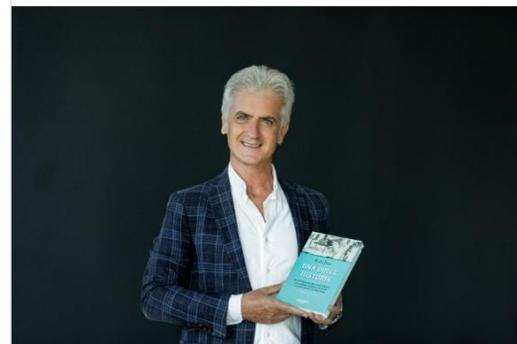
Hace un año que nos dejó mi madre, Victoria Fernández, y aún sigue muy presente entre todas las personas que la queríamos. Este nuevo reconocimiento que se le hace a título póstumo nos ha emocionado a toda la familia y ...see more



Rafael Juan · 1st
Vicky Foods CEO
9mo · 🌐

Llevaba años pensando que la historia de Vicky Foods tenía que ser contada!! La idea era que mi madre fuera quien contara su historia, en primera persona, porque era quien la había vivido y la persona que mejor conocía los or...

[See translation](#)



Rafael Juan @rafjuan · 28 sept.
Os presento a la 3ª #generación de nuestra #empresafamiliar: mi sobrino Juanjo y mis hijos Carlos, Pablo y Javi. No me queda más que desearles suerte y animarles a que continúen trabajando y formándose para abordar los retos a los que se tendrán que enfrentar!! #FelizMiércoles



Rafael Juan @rafjuan · 25 ago.
La mejor actitud para afrontar las circunstancias de la vida es abrirse a lo nuevo y aprovechar las oportunidades para seguir creciendo, como hicieron mis padres, Victoria y Antonio!! #FelizJueves #BuenosDiasATodos #25Agosto



Rafael Juan · 1st
Vicky Foods CEO
7mo · 🌐

Cuando mi madre, Victoria, se metió en la panificadora junto a mi padre, Antonio, pensaba en mejorar los procesos para que fueran más rentables, con la idea de no perder. Revisaba todo y buscaba las mejores alternativas!...

[...see more](#)



Plan de comunicación para internacionalizar la PYME

27.10.2022

CEI Centro Europeo de Empresas e Innovación de Valencia

ALEGRÍA
SORPRESA
MISTERIO
SENSUALIDAD
INTIMIDAD
AMOR
ORGULLO

Los 4 consejos para conectar emocionalmente con tu público:

- 1.- Cuenta grandes historias 
- 2.- Usa tu pasado, tu presente y tu futuro 
- 3.- Cuida de tus mitos e iconos 
- 4.- Sé apasionado y usa tu inspiración 

Y...

Valida tus mensajes, tus historias y el resultado de tu comunicación antes de exportarlo a otro país.



Fuente: Wikimedia

¿Mitsubishi Pajero?



Fuente: Mazda

¿Mazda Laputa?



Fuente: Nissan

¿Nissan Moco? —



ÍNDICE

1.- INVESTIGACIÓN

2.- ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

3.- PLAN DE ACCIONES

4.- MEDICIÓN Y AJUSTE



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios



Embajadores de marca,
linkbuilding



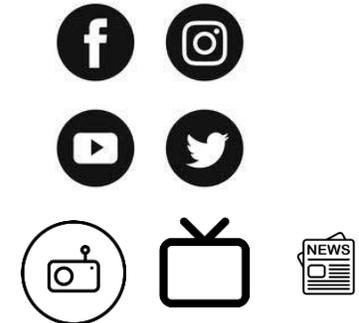
Reseñas y comentarios positivos,
contenidos compartidos

**MEDIOS
GANADOS**



Website, blog, email MKT

**MEDIOS
PROPIOS**



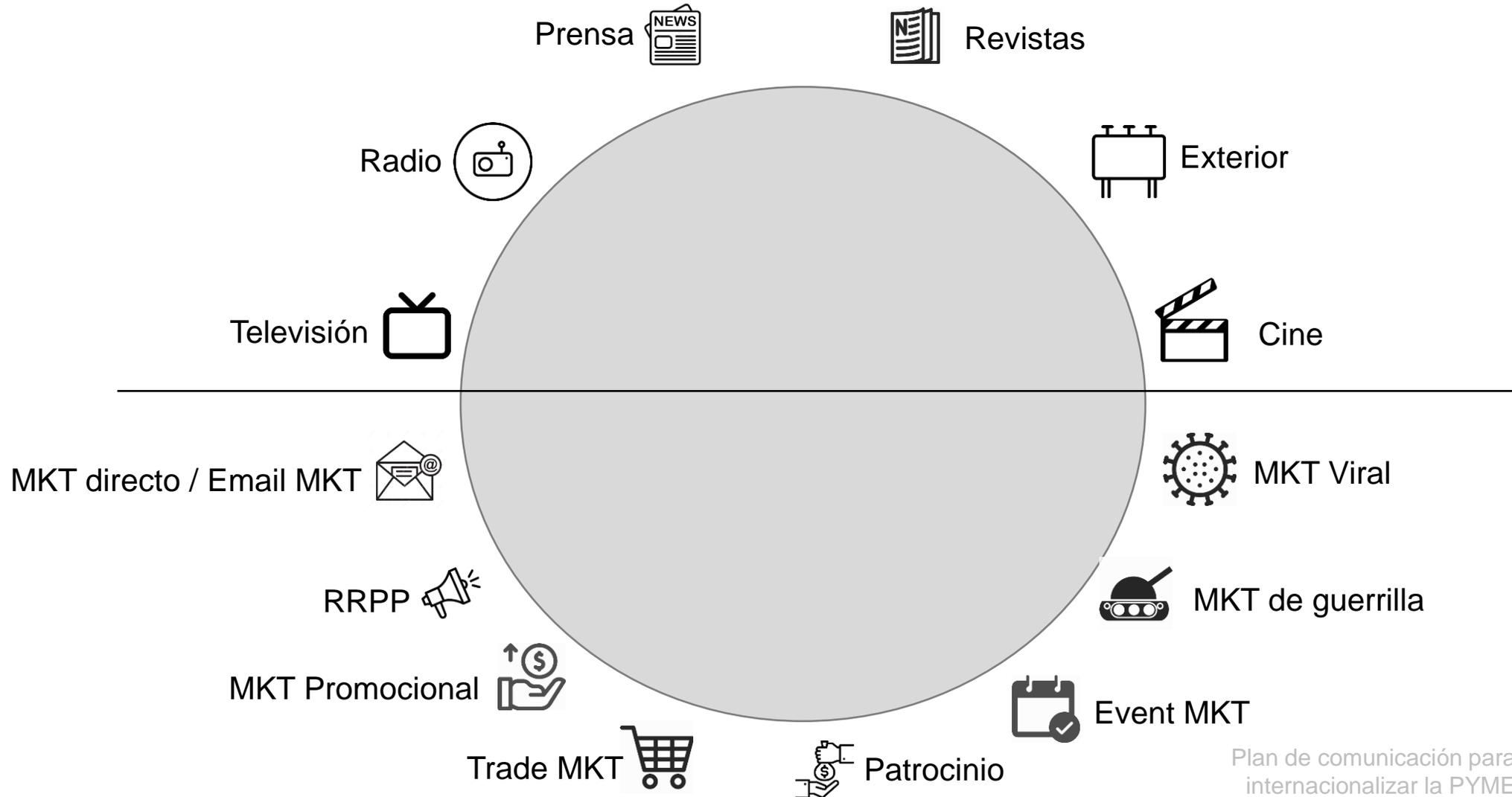
**MEDIOS
PAGADOS**

Social Ads, Google Ads,
campañas de radio,
prensa, TV, *influenciadores*



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados





3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados



- Cobertura masiva
- Penetración
- Calidad del mensaje

- Alto presupuesto
- Saturación
- Segmentación geográfica

- Creatividad
- Planificación
- Formatos especiales



Radio

- Segmentación geográfica
- Inmediatez
- Cobertura

- Fragmentación
- Ausencia de imagen

- Podcast
- Radio por internet
- Creatividad
- Formatos especiales



Prensa

- Segmentación geográfica y temática
- Inmediatez
- Respuesta inmediata

- Baja cobertura
- Elevada fragmentación
- Saturación
- Bajo nivel de lectura

- Digitalización de cabeceras
- Variedad de formatos
- Creatividad: el valor de un buen *copy*



Revistas

- Segmentación de estilos de vida
- Afinidad
- Penetración
- Calidad del mensajes

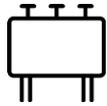
- Segmentación geográfica
- Elevado número de cabeceras
- *Low budget*
- Control

- Digitalización de cabeceras
- Creatividad – Formatos especiales



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados



Exterior

- Cobertura
- Segmentación geográfica
- Penetración
- Proximidad a punto de venta

- *Low Budget*
- Saturación
- Heterogeneidad de soportes (control)
- Tiempos de visión y lectura

- Creatividad
- Planificación
- Innovación en soportes



Cine

- Calidad
- Imagen y prestigio
- Segmentación geográfica
- Respuesta inmediata

- Alcance reducido
- Segmentación películas
- Decadencia

- *Placement*
- Combinación con otras acciones



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - Herramientas



MKT directo / Email MKT



- **Gratis** hasta una BBDD de 500 contactos.
- Necesitamos BBDD propia.
- Grandes posibilidades de **segmentación**.
- Muy competitiva desde el punto de vista económico.
- Integra diferentes herramientas.
- Evolución hacia **MKT de automatización**.
- Elevada tasa de entrega
- **Diseño y personalización** de las campañas.



Tras la recolección, tus cultivos superintensivos necesitan acumular reservas para la siguiente campaña. Pincha en el botón y conoce por qué RADISEI es tu mejor aliado.

Descubre sus ventajas



Desbloquea micro y macronutrientes esenciales



Impulsa el desarrollo radicular



Activa los procesos biológicos del suelo

Fuente: Seipasa



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - Herramientas



Trade MKT



Fuente: Vickyfoods



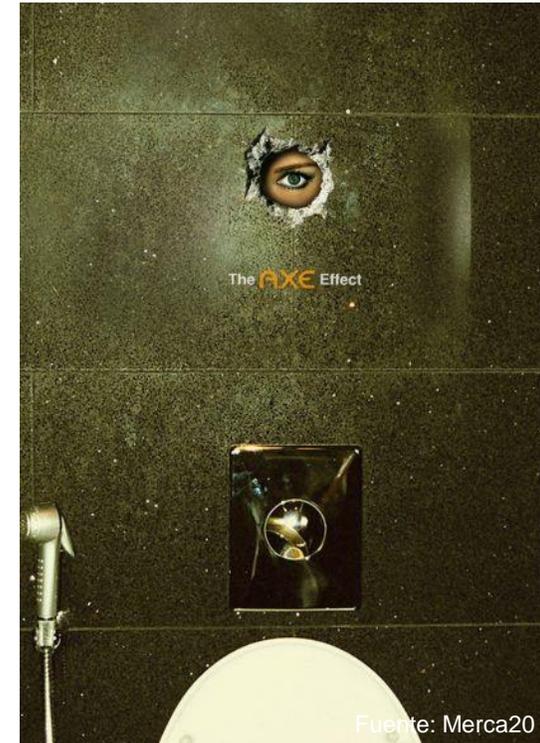
MKT de guerrilla



Fuente: Oinkmygod



Fuente: Las Provincias



Fuente: Merca20



CASO ORBEA

A LA CONQUISTA DEL MERCADO ASIÁTICO: UN EJEMPLO REAL DE PATROCINIO

- Fabricante vasco de bicicletas. Fundado en 1840.
- En 2007, abren una planta de fabricación en Kunshan (China).
- Posicionamiento en Asia + proximidad logística de proveedores + cercanía de distribuidores.
- Estrategia de patrocinio:
 - Mongolia Bike Race
 - Orbea Jiangsu





3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados



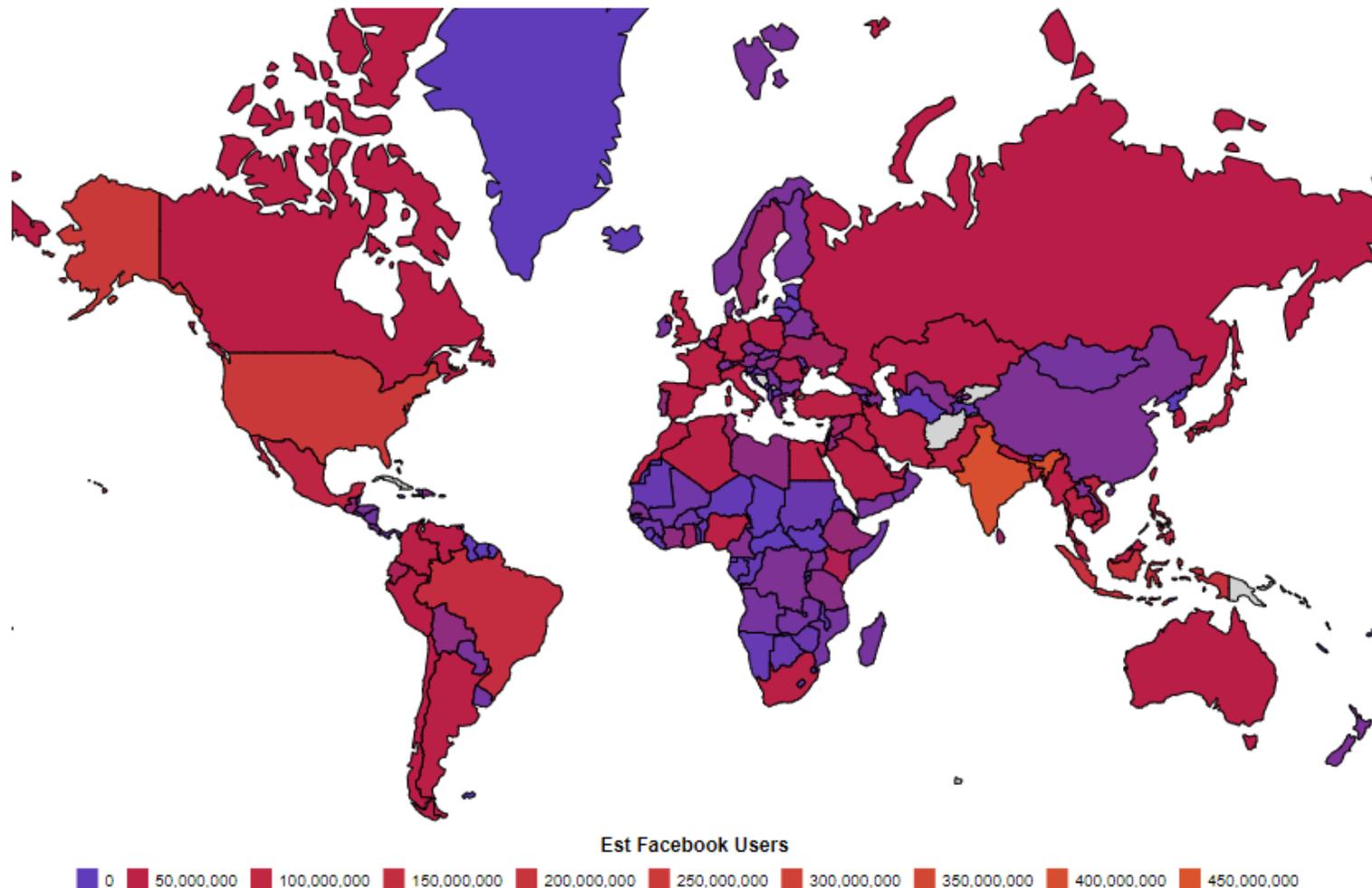
RRSS:
¿EN QUÉ PLATAFORMAS?
¿EN QUÉ IDIOMA?
¿CON CUÁNTA INTENSIDAD?



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

Facebook Users by Country 2022



RRSS: ¿En qué plataformas?

Top 10 Countries with the Highest Number of Facebook Users (2020-2021):

1. India — 416.6 million
2. United States — 240.0 million
3. Indonesia — 176.5 million
4. Brazil — 139.0 million
5. Philippines — 91.0 million
6. Mexico — 78.0 million
7. Vietnam 75.9 million
8. Thailand — 58.5 million
9. Japan — 55.8 million
10. Pakistan — 49.2 million



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?

Countries that have censored or banned Facebook:

Country	Details
Austria	Known to ban posts denying the WWII holocaust
Bangladesh	Blocked on multiple occasions to deter pornography and "offensive" political content or to quell political unrest
CHINA	Total ban since 2009. Work on a censored variation that the government would allow continues
Egypt	Blocked briefly in 2011 to quell political unrest
France	Known to ban posts denying the WWII holocaust
Germany	Known to ban posts denying the WWII holocaust or praising Nazis
Greece	Banned 2021 posts that supported a prisoner's hunger strike
India	Temporarily banned multiple occasions to quell political unrest; frequently requests removal posts the government finds too offensive or political
Indonesia	Blocked briefly in 2019 to quell political unrest; requests takedown of any posts mocking Muhammad
IRAN	Total ban since 2009



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?

Countries that have censored or banned Facebook:

Israel	Frequently requests removal of posts the government claims incite violence. Critics say these are merely opposing political viewpoints
Malaysia	Blocked briefly in 2011 to quell political unrest
Mauritius	Blocked for one day in 2007
Morocco	Facebook Messenger and other VOIP phone providers blocked for most of 2016
NORTH KOREA	Total ban since 2016. However, few in country have internet access in the first place
Pakistan	Blocked briefly in 2011 after insult to Muhammad, again in 2017 to quell political unrest
Russia	Blocked all posts supporting Putin foe Aleksei A. Navalny in 2014
Sri Lanka	Blocked briefly multiple times in 2018-2019 to quell political unrest
Sudan	Blocked temporarily in 2018 to quell political protests



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?

Countries that have censored or banned Facebook:

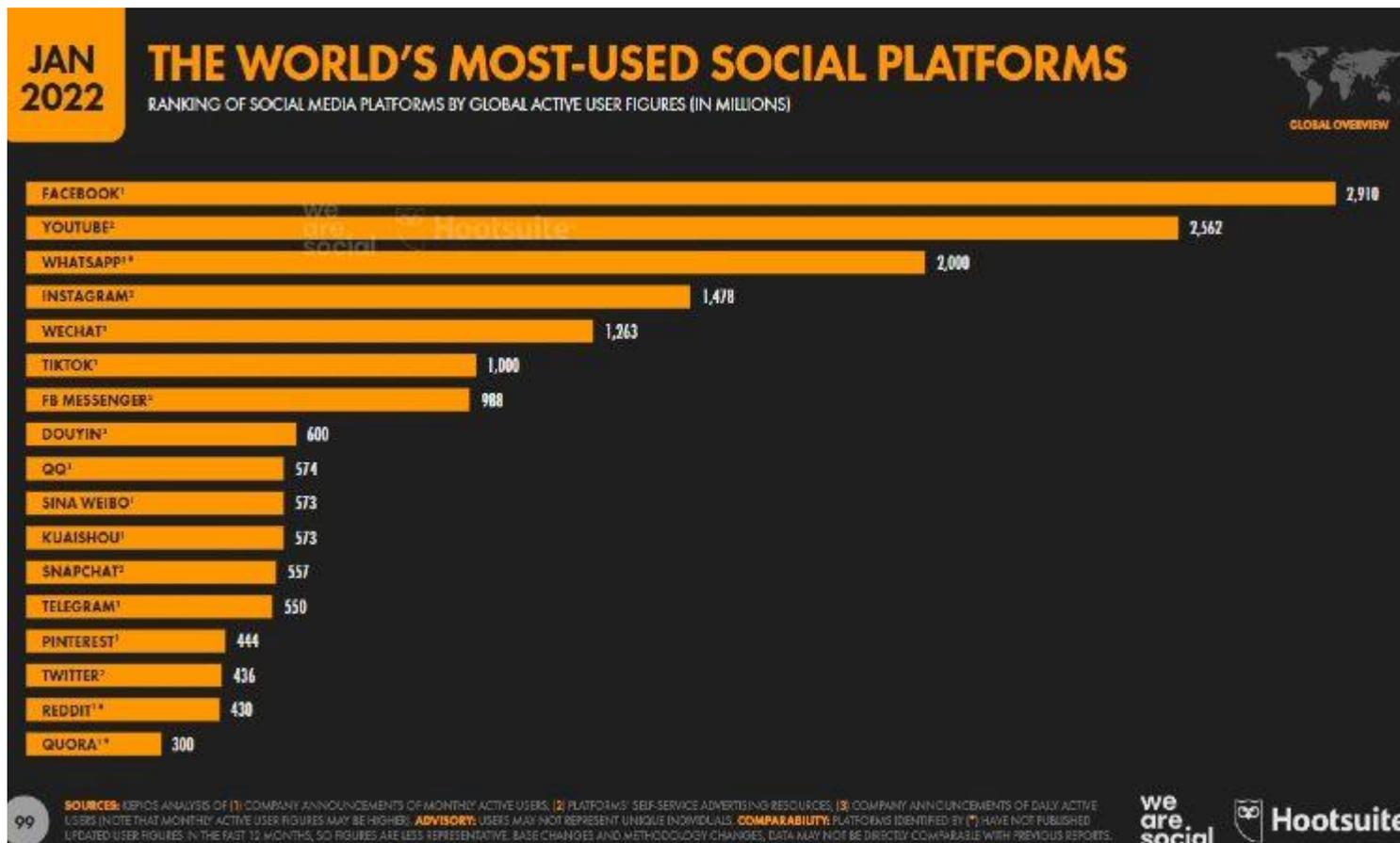
Sudan	Blocked temporarily in 2018 to quell political protests
SYRIA	Blocked 2007-11 through 2011-02 on the claim that it promoted violence against authorities. Netwide filtering and blocking of political content is known to take place.
Tajikistan	Blocked temporarily on multiple occasions for negative comments about ruling class
Thailand	Blocked users illegally criticizing ruling monarchy in 2020
Tunisia	Known to block posts or users critical of government
Turkey	Blocked briefly multiple occasions to quell political unrest
United Kingdom	Pages connected to radical anti-government activists were removed upon their arrest in 2011 and 2018
Vietnam	Blocked briefly in 2016 to quell political unrest



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?



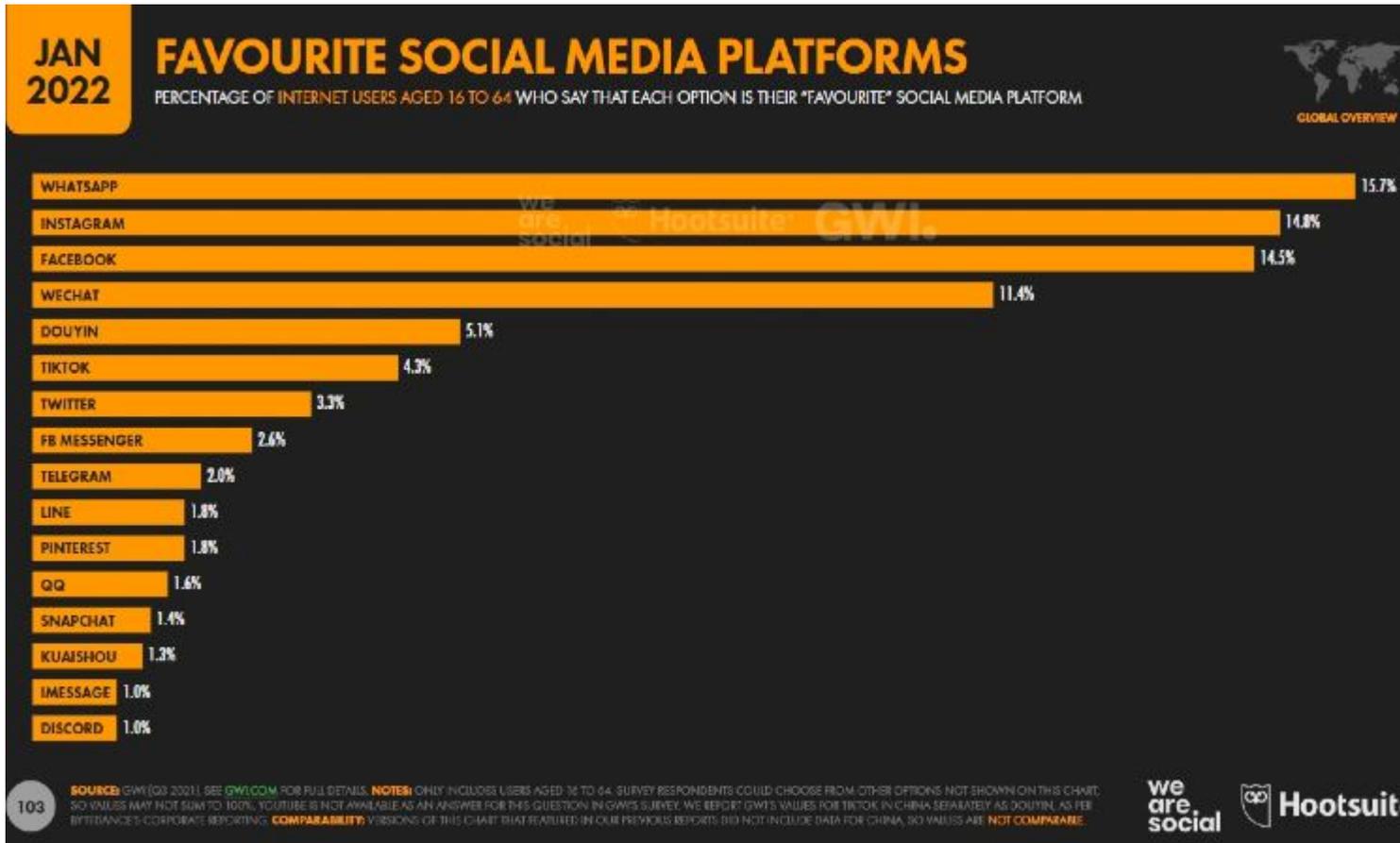
- Facebook acumula 2.910 millones de usuarios (+6,2%).
- Youtube y Whatsapp la acompañan un año más en el pódium.



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?



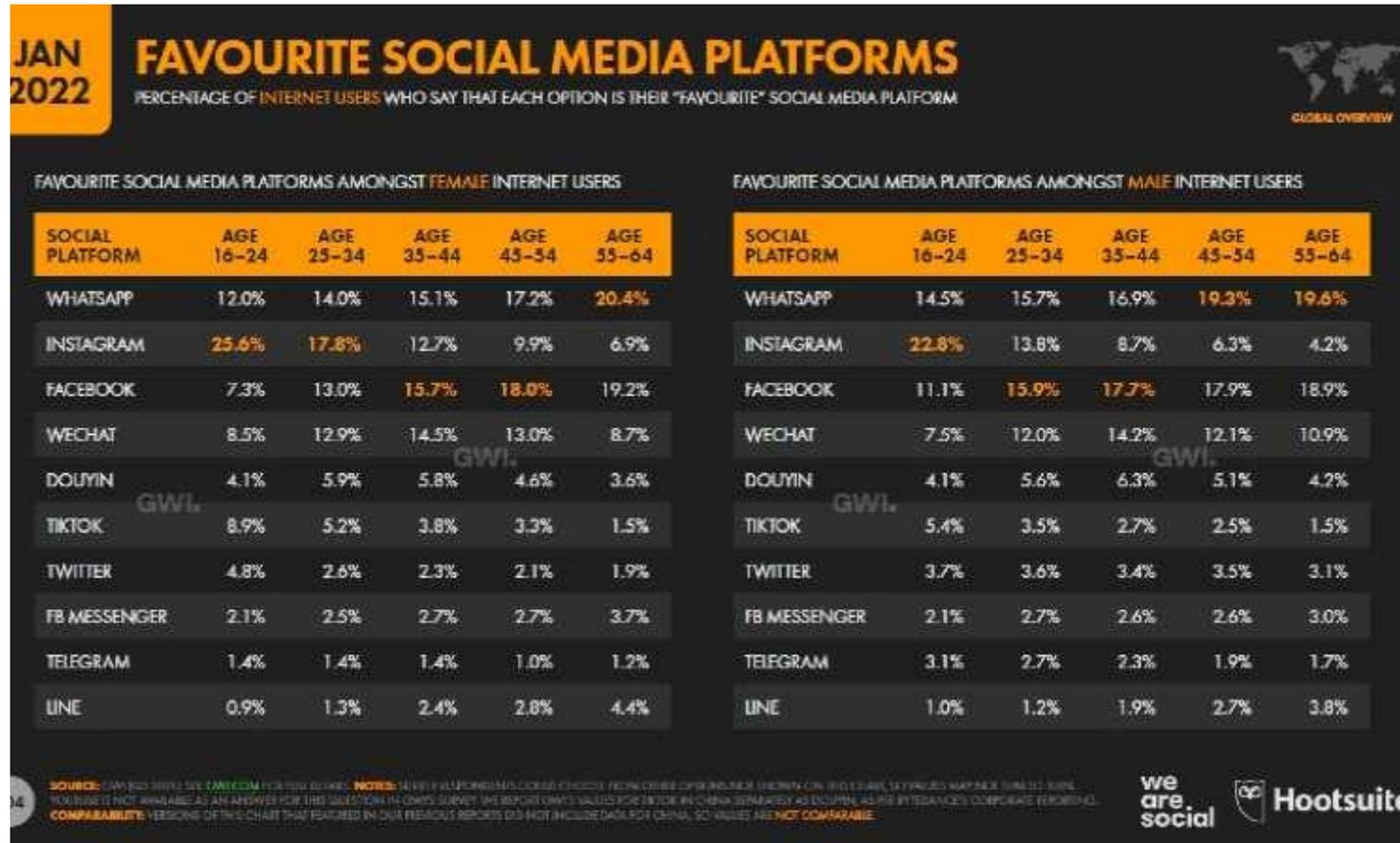
- WhatsApp es la preferida del 15.7% a nivel mundial, seguida de Instagram (14,8%) y Facebook (14,5%).
- WeChat, el «WhatsApp de China», aparece en el cuarto puesto con 11,4%.
- Douyin, la versión de TikTok exclusiva para el mercado chino, supera al TikTok global en preferencia con 5,1% de la versión china frente a un 4,3% a nivel mundial.



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?



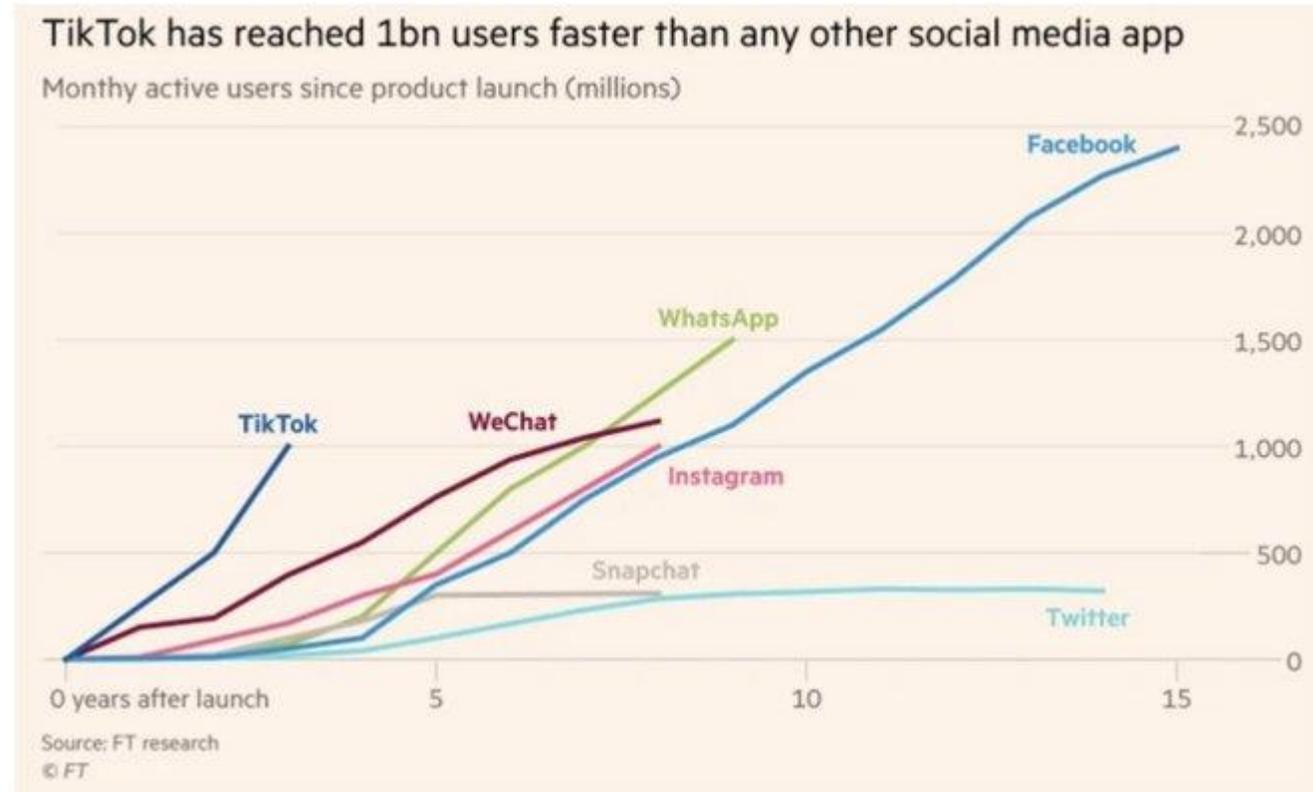
- Instagram es la app favorita de las mujeres con edades comprendidas entre 16 y 24 años (25,6%), así como también en las de entre 25 y 34 años (17,8%). Por su parte, las mujeres de entre 35 y 44 (15,7%) y las de 45 a 54 años (18%) prefieren más Facebook.
- En el caso de los hombres, los de 16 a 24 años (22,8%) prefieren Instagram; por su parte, Facebook es el favorito de la población masculina de 25 a 34 años (15,9%), así como de los de 35 a 44 años (17,3%).



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿Qué pasa con TikTok??

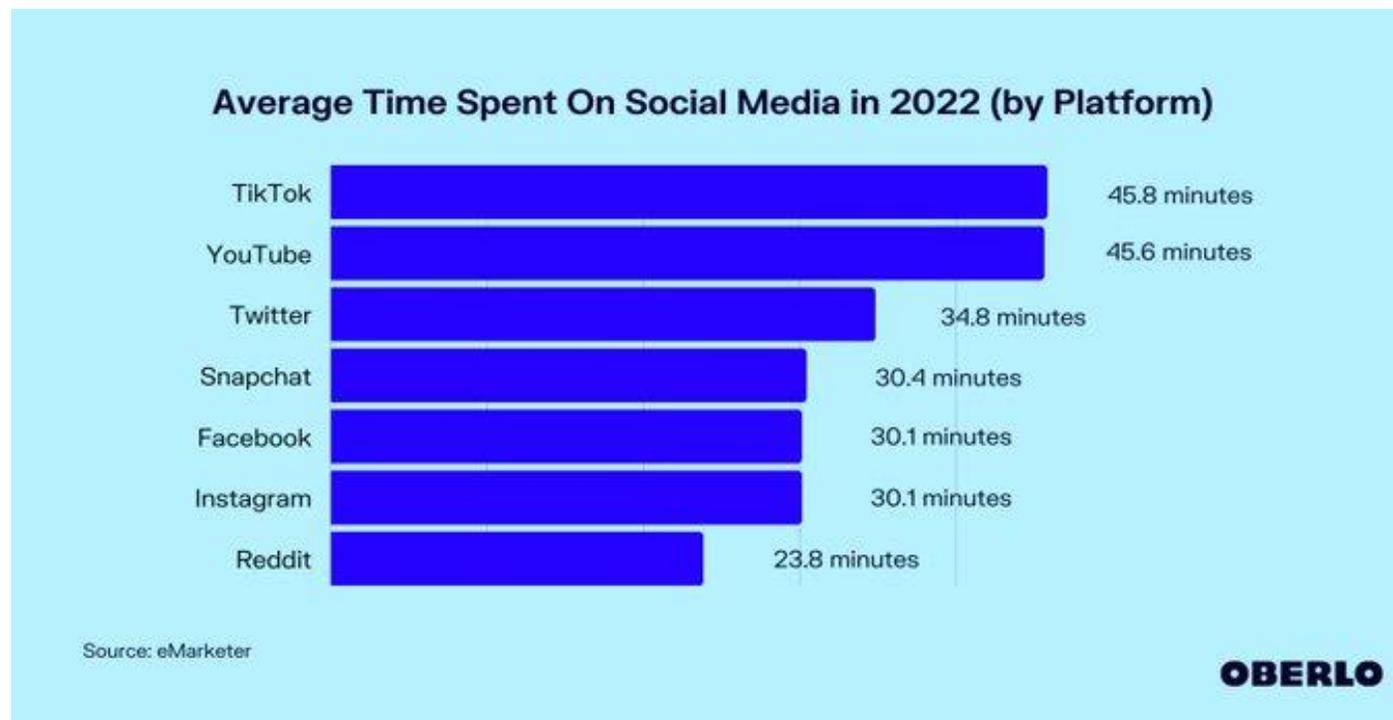




3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿Qué pasa con TikTok??





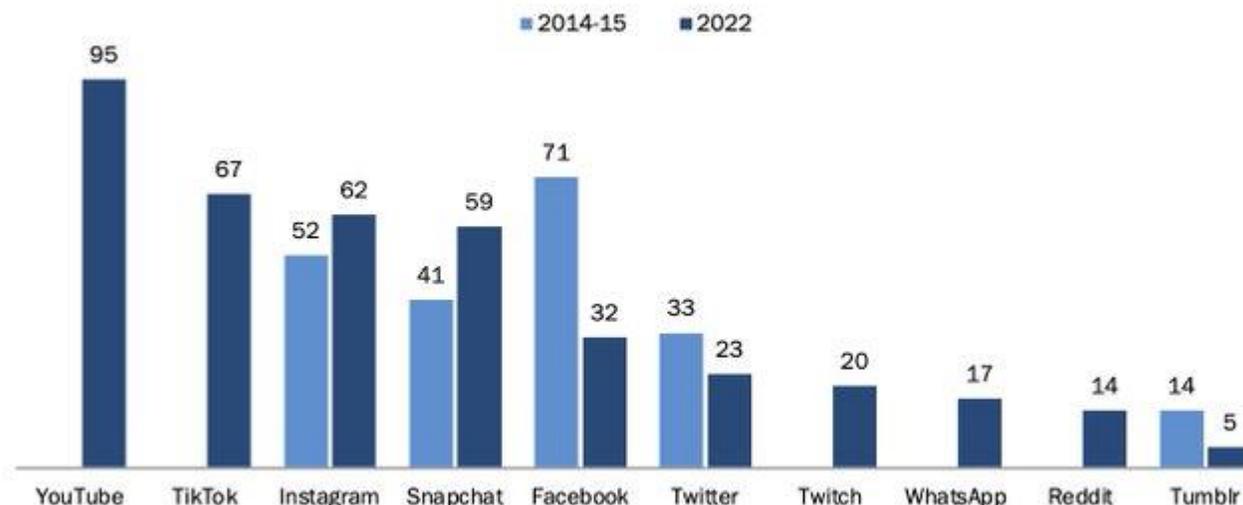
3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿Qué pasa con TikTok??

Majority of teens use YouTube, TikTok, Instagram, Snapchat; share of teens who use Facebook dropped sharply from 2014-15 to now

% of U.S. teens who say they ever use each of the following apps or sites



Note: Teens refer to those ages 13 to 17. Those who did not give an answer or gave other responses are not shown. The 2014-15 survey did not ask about YouTube, WhatsApp, Twitch and Reddit. TikTok debuted globally in 2018.

Source: Survey conducted April 14-May 4, 2022.

"Teens, Social Media and Technology 2022"

PEW RESEARCH CENTER



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?

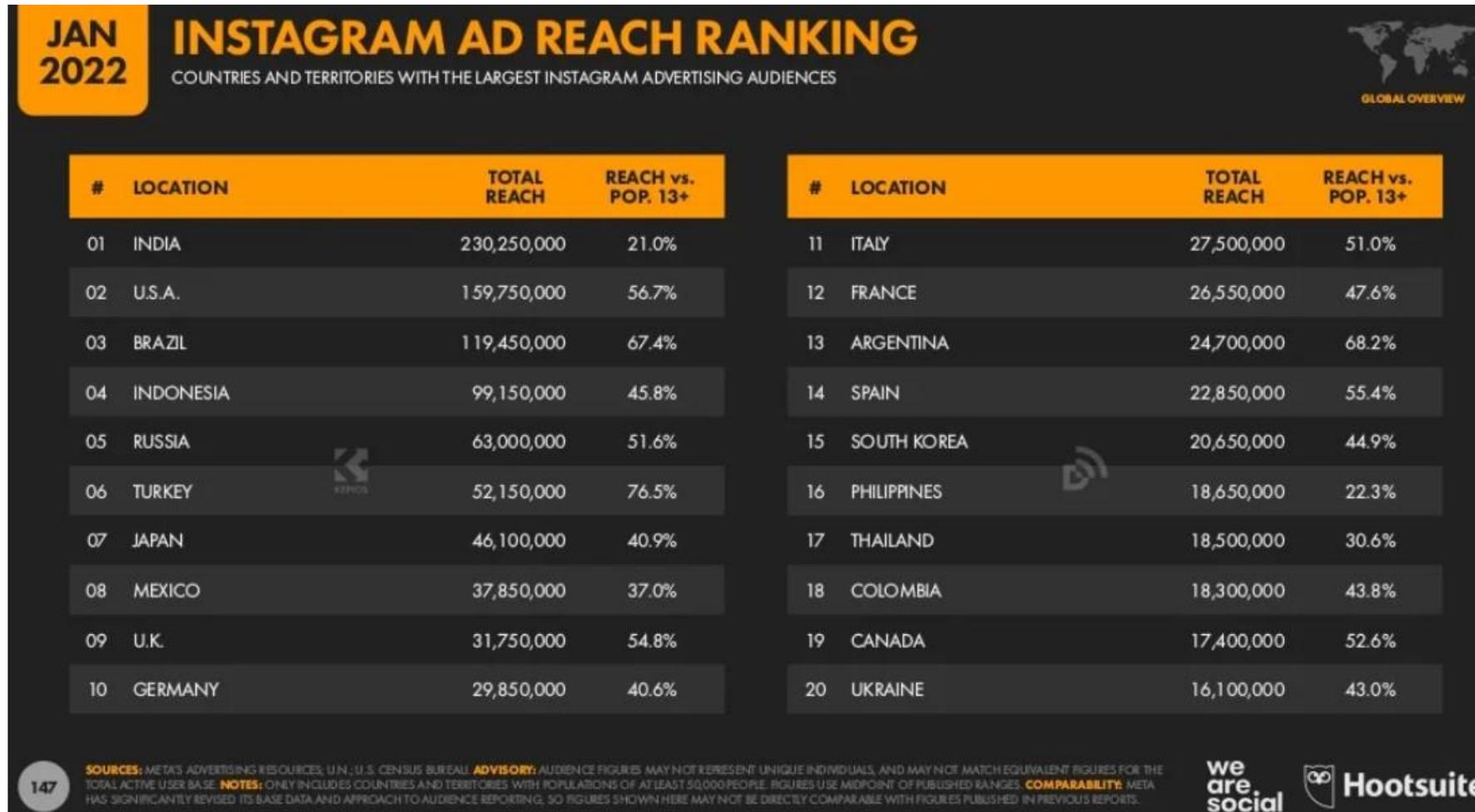




3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?





3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?





3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?





3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué plataformas?





3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

SPB | THE SPB GLOBAL CORPORATION
14,774 followers
7mo • Edited •

We have participated in the [Comité Español de la Detergencia, Tensioactivos y Afines](#) 50th annual conference. Our Innovation Manager, [Joaquín Melendez Zamora](#), moderated one of the blocks on sustainable products.
[#spbglobal](#) [#sustainability](#) [#innovation](#)

Hemos participado en las 50 jornadas anuales del [Comité Español de la Detergencia, Tensioactivos y Afines](#). Nuestro Gerente de Innovación, [Joaquín Melendez Zamora](#), ha moderado uno de los bloques de productos sostenibles.
[#spbglobal](#) [#sostenibilidad](#) [#innovación](#)

[See translation](#)



Fuente: SPB

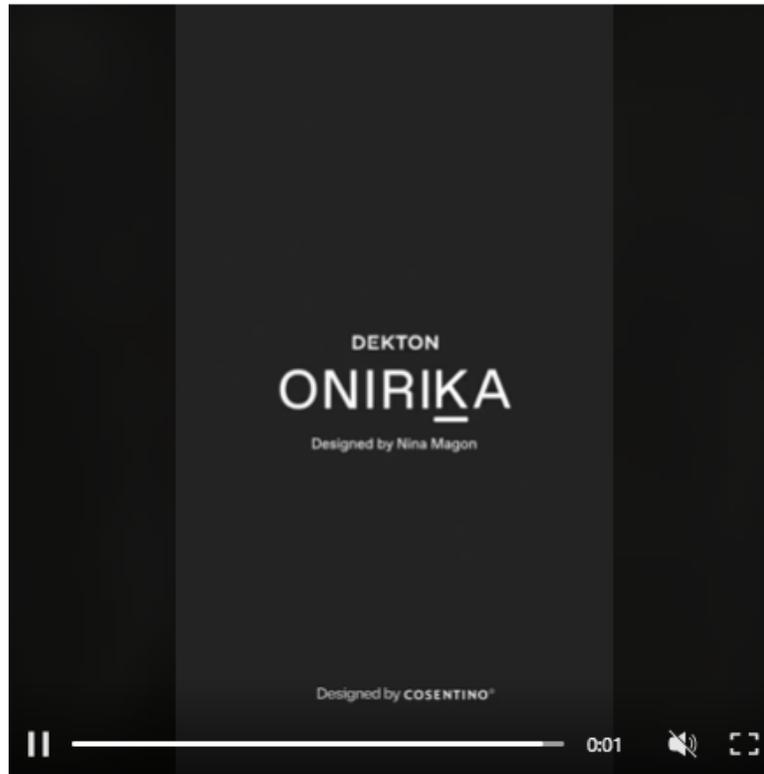
COSENTINO
117,859 followers
4d •

+ Follow

Get lost and dazed in the captivating details of [#Dekton](#) Somnia. The darkest shade of the Onirika collection features warm oxid brow and white tones that dance over a black surface.

Immerse yourself at <https://lnkd.in/dbj3ERG9>

[#DektonOnirika](#) [#DektonbyCosentino](#) [#StoneDekoded](#)



Introducing Dekton Somnia Onirika

RRSS: ¿En qué idioma?

COSENTINO
117,859 followers
2w •

+ Follow

C-Top Design nos adentra en esta vivienda unifamiliar diseñada por Las 5 Glorias a partir de dos viviendas adosadas independientes.

Una estética industrial pero cálida marca toda la decoración, suelos de gran formato que recuerdan a un hormigón con toques metálicos, pero con mejores prestaciones técnicas en cuanto a resistencia se refiere. Los propietarios querían un suelo "todoterreno", que aguantará una animada vida social. Las interioristas les recomendaron una apuesta segura, [#Dekton](#) Nilium.

Las 5 glorias, como estudio de interiorismo encargado de este proyecto también se decantó por la utilización de otros de nuestras superficies como son [#Silestone](#) y [#Scalea](#) en múltiples aplicaciones.

Conoce más detalles sobre su trayectoria y manera de trabajar haciendo clic en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3UchCJm>

[#CTopDesign](#)

[See translation](#)



Fuente: Cosentino

Plan de comunicación para internacionalizar la PYME

27.10.2022





3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué idioma?

Idai Nature Portugal
6 de julio · 🌐

O oídio é uma doença causada por um fungo e está amplamente distribuído por todo o mundo. Também conhecido por cinza ou doença-da-cinza.

As causas da sua ocorrência incluem:

- ◆ Humidades relativas entre 40-80%, apesar de se desenvolver mais rapidamente com humidades mais altas... [Ver más](#)

[Ver traducción](#)



IDAINATURE.COM
Oídio: Causas, Sintomas e Soluções - Idai Nature
O oídio é uma doença causada por um fungo e está amplamente distribuído por todo o mund...

Idai Nature Italia
6 de julio · 🌐

L'oidio è una malattia provocata da un fungo ed è ampiamente diffusa in tutto il mondo. È comunemente chiamata crittogama della vite o mal bianco.

Tra le cause della sua comparsa vi sono:

- ✓ Umidità relativa tra il 40 e l'80%: a maggiore umidità, l'oidio prolifera più velocemente.... [Ver más](#)

[Ver traducción](#)



IDAINATURE.COM
Oídio: Cause, Sintomi e Soluzioni - Idai Nature
L'oidio è una malattia provocata da un fungo ed è ampiamente diffusa in tutto il mondo. È co...

Idai Nature Mexico
10 de agosto · 🌐

¡Descubre vegex Clean Soil en el siguiente video!

- ▶ Nematicida a base de extracto de *tagetes erecta*.
- ✓ Disponible para una gran variedad cultivos.
- ◆ Tiene efec... [Ver más](#)

Bionematicida de amplio espectro

Actúa mediante acción de contacto

Efecto nematicida y nematostático

PRECAUCIÓN

¿REALMENTE PODEMOS ALIMENTAR VARIOS PERFILES EN VARIOS IDIOMAS DE FORMA REGULAR?



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿En qué idioma?

Usar Facebook > Páginas

Fusionar dos páginas de Facebook

Ayuda para computadoras ▾

 Copiar enlace

Es posible que las páginas que administras estén en la versión clásica o en [la nueva experiencia para páginas](#). La nueva experiencia aún no está disponible en todas las páginas.

Si eres [administrador](#) de dos páginas de Facebook, puedes fusionarlas en los siguientes casos:

- Tienen el mismo nombre y representan a la misma entidad. Si quieres que tus páginas tengan el mismo nombre, puedes [solicitar el cambio de nombre](#) de una de ellas. Una vez que se apruebe el cambio, tus páginas tendrán el mismo nombre y podrás solicitar que las fusionemos.
- Tienen la misma [dirección](#) (en el caso de que tengan ubicaciones físicas).
- Están administradas por la misma cuenta del administrador comercial.
- Las dos son páginas clásicas o las dos utilizan la [nueva experiencia para páginas](#).
- La página que quieres fusionar no es la página principal de una cuenta del administrador comercial.

No puedes fusionar lo siguiente:

- Dos páginas de Facebook que son [páginas globales](#).
- Una página verificada con una que no lo es.
- Una página clásica con una que utilice la [nueva experiencia para páginas](#).

Fuente: <https://www.facebook.com/help/249601088403018>

- Facebook me deja fusionar páginas si...





3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: ¿con cuánta intensidad?

"Sé que debería publicar todos los días, pero no sé si voy a ser capaz de crear tanto contenido".

Pues no lo hagas. No pasa nada.

La mejor frecuencia de publicaciones es aquella con la que te puedas comprometer y vayas a mantener en el largo plazo.

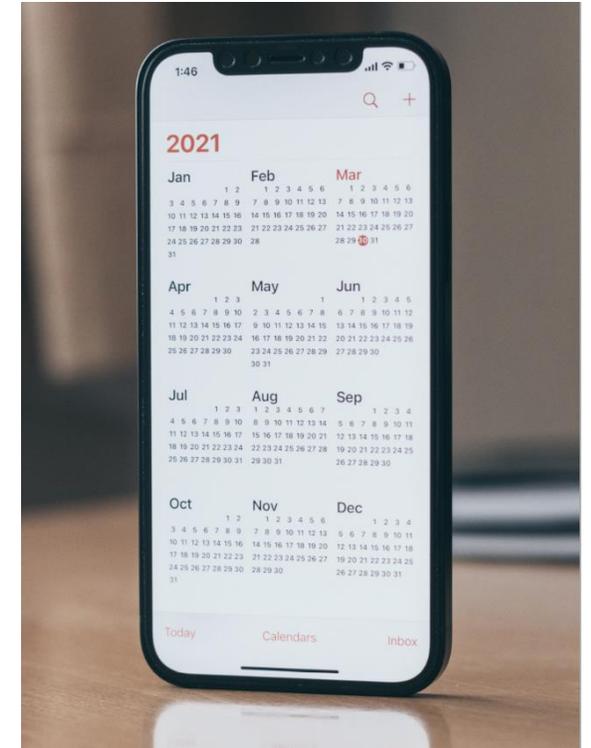
1 a la semana es mejor que 0.

3 a la semana es mejor que 1.

7 a la semana es mejor que 3.

Pero, sobre todo, publicar durante 1 año es mejor que publicar durante 1 mes.

Fuente: Luis Garau



“Adapta tu estrategia a ti no al revés. Apuesta por la constancia”.

Luis Garau



3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

RRSS: atención al cliente

Facebook Admin Page navigation menu:

- Inicio
- Administrar tienda
- Herramientas de Messenger
- Bandeja de entrada** (2 mensajes nuevos)
- Apps de negocios
- Recursos y herramientas
- Notificaciones
- Estadísticas
- Herramientas de publicación
- Centro de anuncios
- Calidad de la página
- Editar información
- Configurar

Promocionar

Mensajes

Responde mensajes, configura automatizaciones y más.

Ausente Respuestas automáticas

Todos los mensajes 3 Messenger Instagram Direct 3 Comentarios de Facebook Comentarios de Instagram Plugin de chat

Buscar Administrar

No leídos Seguimi... Etiquetas

Ausente hasta las 23:59 hoy

Programaste tu página para que esté ausente en este horario. Se enviarán mensajes automáticos.

Cambiar estado

Enviar un mensaje

Muchas gracias por la información

olá eu sou Gueye estou no Senegal e...

Reaccionó a tu historia: 🍌

Te mencionó en su historia

Te mencionó en su historia

Responde en Instagram...

Plan de comunicación para internacionalizar la PYME

27.10.2022

CEET Centro Europeo de Empresas e Innovación de Valencia



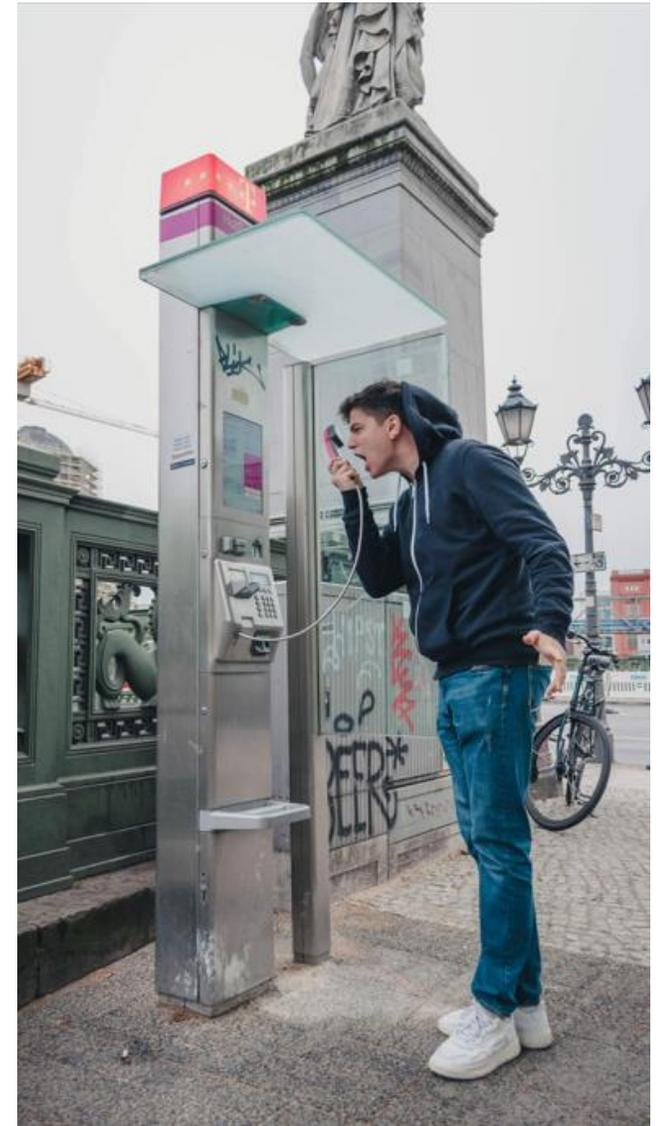
3. PLAN DE ACCIONES

Estrategia de medios - medios pagados

Decálogo de atención al cliente a través de RRSS:

- 1.- Atiende todo.
- 2.- Lee bien todos los mensajes.
- 3.- Atiende aunque el cliente esté muy molesto.
- 4.- No respondas sobre algo de lo que no estés seguro. Consulta primero.
- 5.- Trata de tú. Preséntate y firma.
- 6.- No uses emoticonos ni signos de exclamación.
- 7.- Cuidado con los influenciadores.
- 8.- Ortografía correcta.
- 9.- Fíjate siempre en el nombre del cliente.
- 10.- Si la cosa se pone fea, llévatelo al terreno privado (DM, email...)

Fuente: Paco Vázquez





CASO VICKYFOODS

EMPLOYER BRANDING A TRAVÉS DE RRSS

- Los empleados, la voz de la empresa.
- Trabajar la marca desde los perfiles de los propios trabajadores
- Ejercicio de transparencia y fidelidad.
- Imagen positiva hacia el mercado y posibles candidatos.
- Promoción de la cultura empresarial.





3. PLAN DE ACCIONES

Medios propios – website corporativo

 **¿SER INTERNACIONAL O
INTERNACIONALIZAR LA WEB?**



3. PLAN DE ACCIONES

Medios propios – website corporativo



SER INTERNACIONAL

- ccTLD (*country top level domain* / dominios regionales):
(ej.- www.misitioweb.fr; www.misitioweb.it; www.misitioweb.co.uk...)



INTERNACIONALIZAR MI WEB

- Estrategia de subdirectorios o subdominios:
(ej.- www.misitioweb.com/de; www.misitioweb.com/en...)

- (ej.- www.fr.misitioweb.com; www.en.misitioweb.com...)

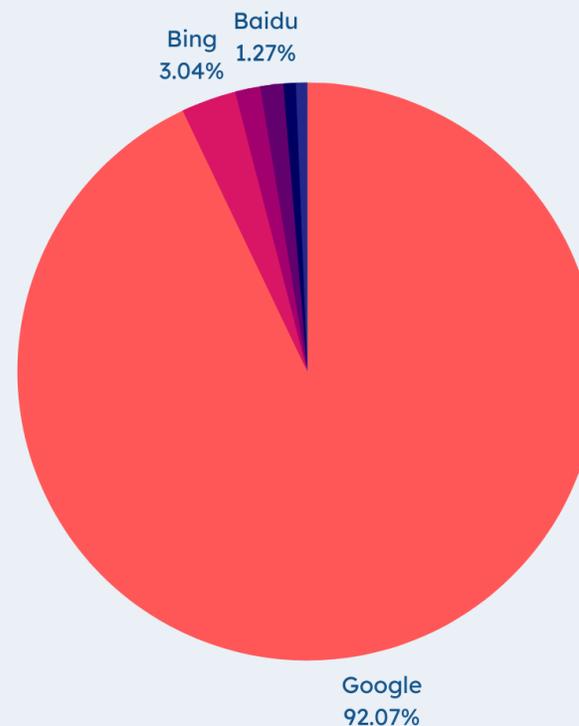


3. PLAN DE ACCIONES

Medios propios – website corporativo

Buscadores de internet más usados en el mundo en 2022

Google	92.07%
Bing	3.04%
Yahoo!	1.39%
Baidu	1.27%
DuckDuckGo	0.68%
Yandex	0.63%



Fuentes: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share#monthly-202201-202204>, <https://otechworld.com/most-popular-search-engines-in-world/>, <https://marketingninjas.net/buscadores-mas-utilizados/> y <https://es.statista.com/temas/3898/los-buscadores-online/>





3. PLAN DE ACCIONES

Medios propios – website corporativo



Acerca de la directiva **HREFLANG**:

- Si tengo diferentes versiones idiomáticas, debo ‘decirle’ a Google acerca de las preferencias de indexación que quiero para cada uno de mis sitios.
- Es decir, si tengo versión en alemán y alguien entra desde Alemania, debe llevarlo directamente a la versión www.misitioweb.com/de

The screenshot shows a Google search for "arcade fire tickets". The search results include an advertisement for "Arcade Fire Tickets Tickets 2018 | Huge Selection Available Today" and two organic results. The first organic result is for "Arcade Fire Tickets | Arcade Fire Concert Tickets & Tour Dates ..." from Ticketmaster.com, highlighted with a red box and labeled "Versión USA". The second organic result is for "Arcade Fire Tickets | Arcade Fire Tour Dates & Concerts | Ticketmaster ..." from Ticketmaster.co.uk, highlighted with a green box and labeled "Versión UK".



3. PLAN DE ACCIONES

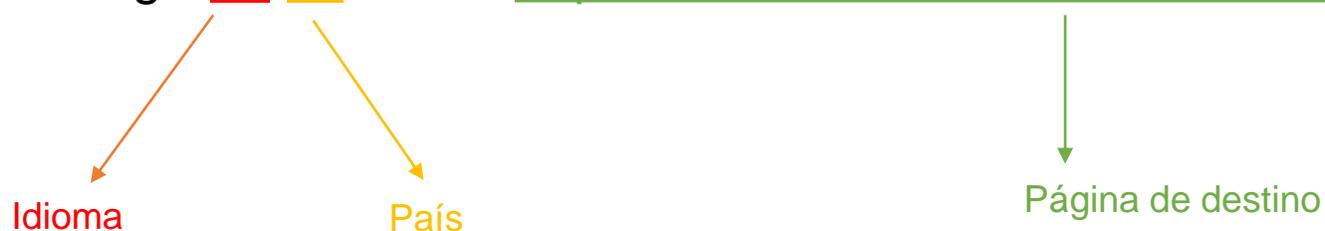
Medios propios – website corporativo

Veamos un ejemplo:

```
<link rel="alternate" hreflang="en-us" href="https://www.ticketmaster.com/Arcade-Fire-tickets/artist/946978" />
```

```
<link rel="alternate" hreflang="en-gb" href="https://www.ticketmaster.co.uk/Arcade-Fire-tickets/artist/946978" />
```

hreflang="en-us" href="https://www.ticketmaster.com/Arcade-Fire-tickets...."

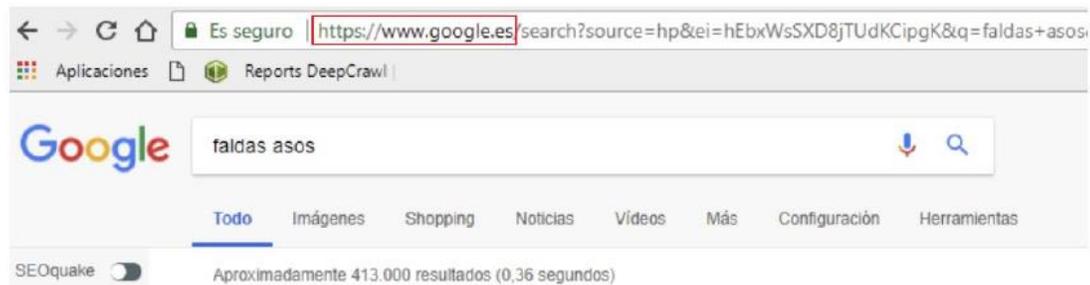




3. PLAN DE ACCIONES

Medios propios – website corporativo

Otro ejemplo:



Faldas | Faldas largas, minifaldas, faldas vaqueras, faldas de ... - Asos
www.asos.com/es/mujer/faldas/cat/?cid=2639
Descubre lo último en faldas con ASOS. Elige entre minifaldas, faldas vaqueras y faldas de tubo con ASOS.

```
view-source:www.asos.com/es/mujer/faldas/cat/?cid=2639
Aplicaciones Reports DeepCrawl |

<!DOCTYPE html>
<!--7.0.6636--><html lang="es-ES" data-platform="desktop">
  <head><meta charSet="utf-8"/><title>Faldas | Faldas largas, minifaldas, faldas vaqueras, faldas de tubo | ASOS</title>
  <meta name="msvalidate.01" content="0BC251BA275FCFB5D0505FEB89F0386"/><meta property="fb:app_id" content="123073601043263"/><meta
  content="NOYDIR"/><link rel="apple-touch-icon" sizes="180x180" href="/apple-touch-icon.png"/><link rel="icon" type="image/png
  color="#2d2d2d"/><meta name="theme-color" content="#525050"/>
  <link rel="alternate" hreflang="en-GB" href="http://www.asos.com/women/skirts/cat/?cid&#x3D;2639" />
  <link rel="alternate" hreflang="en-US" href="http://us.asos.com/women/skirts/cat/?cid&#x3D;2639" />
  <link rel="alternate" hreflang="fr-FR" href="http://www.asos.fr/femme/jupes/cat/?cid&#x3D;2639" />
  <link rel="alternate" hreflang="de-DE" href="http://www.asos.de/damen/rocke/cat/?cid&#x3D;2639" />
  <link rel="alternate" hreflang="it-IT" href="http://www.asos.com/it/donna/gonne/cat/?cid&#x3D;2639" />
  <link rel="alternate" hreflang="es-ES" href="http://www.asos.com/es/mujer/faldas/cat/?cid&#x3D;2639" />
  <link rel="alternate" hreflang="en-AU" href="http://www.asos.com/au/women/skirts/cat/?cid&#x3D;2639" />
  <link rel="alternate" hreflang="ru-RU" href="http://www.asos.com/ru/women/yubki/cat/?cid&#x3D;2639" />
  <link rel="alternate" hreflang="x-default" href="http://www.asos.com/women/skirts/cat/?cid&#x3D;2639" />
```



3. PLAN DE ACCIONES

Medios propios – blog corporativo

BLOG

¿Por qué invertir en un blog corporativo?

- Te posiciona como referente en el sector.
- Genera comunidad y confianza.
- Facilita la comunicación con tus clientes potenciales.
- Mejora la visibilidad en buscadores y atrae tráfico de calidad.
- Genera oportunidades comerciales.
- Permite conseguir leads cualificados.



*“Escribe para tu cliente,
siempre para tu cliente, sin
olvidar que también estás
escribiendo para Google”*



3. PLAN DE ACCIONES

Medios propios – blog corporativo



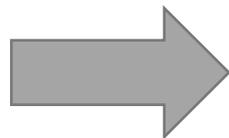


3. PLAN DE ACCIONES

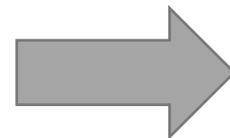
Medios propios – blog corporativo



¿Quiénes son mis clientes
y cuál es su perfil?



¿Cuáles son sus
motivaciones?



Agrupar esas
motivaciones por
temáticas

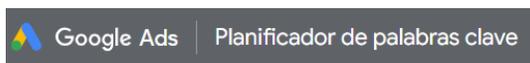


**ESTRATEGIA DE
CONTENIDOS**

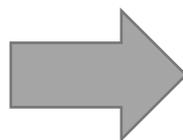


3. PLAN DE ACCIONES

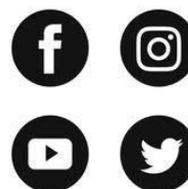
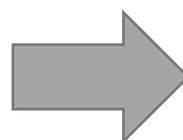
Medios propios – blog corporativo



Identificar intenciones de Búsqueda (*keywords*)



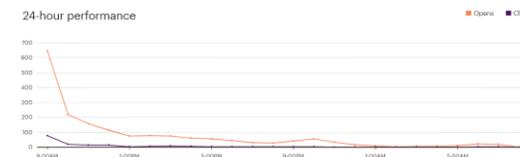
Incluir esas *keywords* en los artículos



Diseminar el contenido



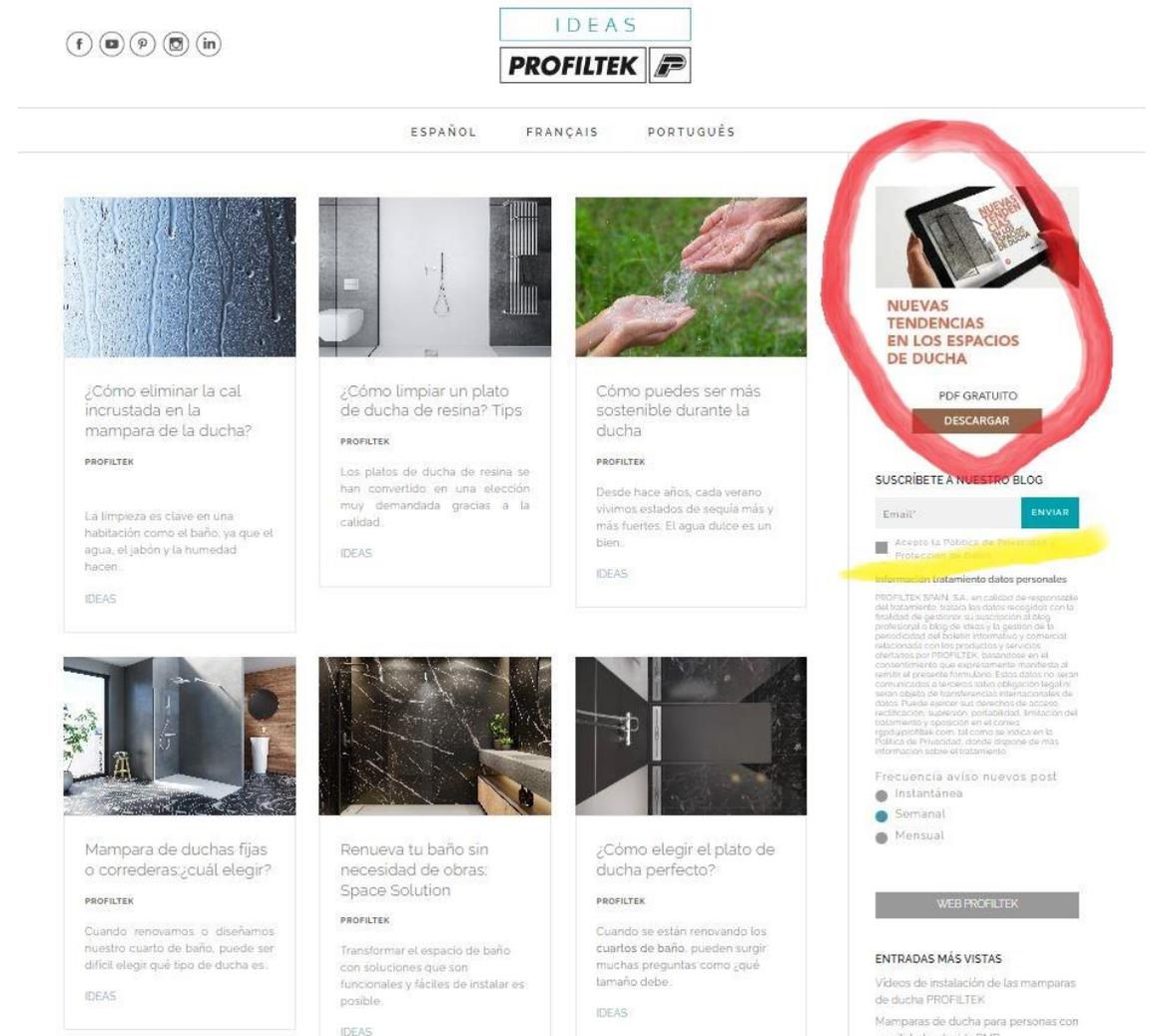
Sent 56.7% Opens 6.0% Clicks



Medir todo

EL BLOG COMO CENTRO DE SU ESTRATEGIA DE *INBOUND*

- Identificación clara de perfiles y motivaciones.
- Herramienta para generar nuevas oportunidades comerciales.
- Generación de base de datos de clientes.
- Contenidos de valor (PDF descargable previa suscripción).



The screenshot shows the PROFILTEK website interface. At the top, there are social media icons (Facebook, YouTube, Pinterest, Instagram, LinkedIn) and the PROFILTEK logo. Below the navigation bar, there are language options: ESPAÑOL, FRANÇAIS, and PORTUGUÉS. The main content area features a grid of six blog post thumbnails, each with a title, a brief description, and the PROFILTEK logo. The titles of the posts are:

- ¿Cómo eliminar la cal incrustada en la mampara de la ducha?
- ¿Cómo limpiar un plato de ducha de resina? Tips
- Cómo puedes ser más sostenible durante la ducha
- Mampara de duchas fijas o correderas: ¿cuál elegir?
- Renueva tu baño sin necesidad de obras: Space Solution
- ¿Cómo elegir el plato de ducha perfecto?

 On the right side, there is a sidebar with a red circle highlighting a 'NUEVAS TENDENCIAS EN LOS ESPACIOS DE DUCHA' PDF download button. Below this is a newsletter sign-up form with an 'ENVIAR' button. At the bottom of the sidebar, there are sections for 'FRECUENCIA AVISO NUEVOS POST' (with radio buttons for Instantánea, Semanal, Mensual) and 'ENTRADAS MÁS VISTAS' (listing popular content like 'Videos de instalación de las mamparas de ducha PROFILTEK').



3. PLAN DE ACCIONES

Medios propios – blog corporativo

www.misitioweb/blog



ÍNDICE

1.- INVESTIGACIÓN

2.- ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

3.- PLAN DE ACCIONES

4.- MEDICIÓN Y AJUSTE

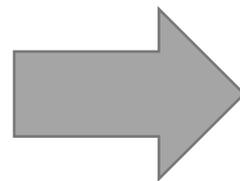


4. MEDICIÓN Y AJUSTE

**¿CUÁL ES MI OBJETIVO?
¿CUÁL ES MI CONVERSIÓN?**



4. MEDICIÓN Y AJUSTE



MÉTRICAS DE ALCANCE:

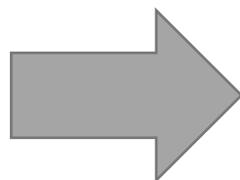
Sesiones, usuarios, tasa de rebote, tasa de apertura, alcance, interacciones, visualizaciones de vídeo...

MÉTRICAS DE CONVERSIÓN:

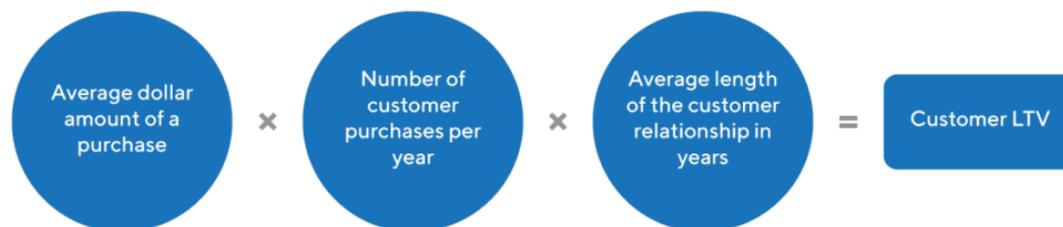
Ventas, clics-CTR, tasa de conversión (CPC, CPA, CPL...)



4. MEDICIÓN Y AJUSTE



CUSTOMER LIFETIME VALUE



Fuente: ProductPlan



Event MKT
Ferias



4. MEDICIÓN Y AJUSTE

¿QUÉ OCURRE FUERA DEL ENTORNO DIGITAL CUANDO NO TENGO MÉTRICAS DIRECTAS?



Televisión



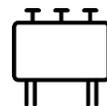
Radio



Revistas



Prensa



Exterior



Cine



RRPP



MKT de guerrilla



4. MEDICIÓN Y AJUSTE



Televisión



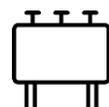
Radio



Revistas



Prensa



Exterior



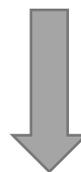
Cine



RRPP



MKT de guerrilla



Google Analytics

TANGIBILIZAR ESTAS ACCIONES EN MÉTRICAS REALES Y CREÍBLES

¿Ha crecido el tráfico a mi sitio web/landing en ese país/zona?

¿Ha aumentado el número de consultas web?

¿Han aumentado la descarga de fichas o catálogos de producto?

¿Ha crecido mi número de suscriptores?

¿Puedo crear un código o CTA?

BONUS TRACK

Reasons to buy



BONUS TRACK

Reasons to buy

1.- El valor de la tradición



Fuente: 1880

El turrón más caro del mundo

2.- Si quieres, te lo demuestro



Fuente: El Pozo

Contigo de principio a fin



BONUS TRACK

Reasons to buy

3.- El valor del prescriptor



La carne que el carnicero se lleva a casa

4.- Celebrity como prescriptor



George Clooney



BONUS TRACK

Reasons to buy

5.- Ingredientes de calidad superior



El mejor chocolate con un toque de avellana

6.- Lo utiliza la gente como tú



Dove



BONUS TRACK

Reasons to buy

7.- Su lugar de origen lo hace único



Fuente: Lanjarón

Agua de Sierra Nevada

8.- Reconocimiento especial internacional



Fuente: Cooperativa El Alcázar

World's best olive oil



BONUS TRACK

Reasons to buy

9.- Su escasez o rareza lo hacen especial



Fuente: Príncipe de Viana

Edición limitada

10.- Beneficios funcionales



Fuente: Danone

L. Casei y vitaminas B6 y D



BONUS TRACK

Reasons to buy

11.- El valor de la garantía y la seguridad

Danacol reduce el colesterol alto hasta un 10% más en 2-3 semanas.

FUNCIONA
O TE DEVolvEMOS
EL DINERO*

[*Descubre cómo conseguir tu reembolso](#)

Fuente: Danone

Si no funciona, te devolvemos el dinero

Fuente: Emilio Llopis

12.- Soy el/la mejor

Carlsberg Probably the best beer in the world.

Fuente: Carlsberg

Probablemente, la mejor cerveza del mundo, aunque algunos piensen lo contrario



BIBLIOGRAFÍA

- Santana, E. (2021). *El plan de comunicación paso a paso*. Barcelona, España: Hoaki
- Alard, J. y Monfort, A. coord. (2017). *Plan de comunicación on y off en la práctica*. Madrid, España: ESIC editorial
- Sainz de Vicula, J. M. (2015). *Plan de Internacionalización de la PYME en la práctica*. Madrid, España ESIC editorial.
- Llopis, E. (2015). *Crear la marca global*. Madrid, España: ESIC editorial
- González, M.A. y Carrero, E. (2003). *Manual de planificación de medios*. Madrid, España: ESIC editorial
- Roberts, K (2004). *Lovemarks*. Empresa Activa
- Nebot, J.L. (2021). *Curso de SEO Avanzado*. IEM Business School
- Vázquez, P. (2017). *Las redes sociales aplicadas a la comunicación corporativa*. ICEMD-Instituto de la Economía Digital. ESIC.

¡Gracias!

<https://www.linkedin.com/in/javierpuchades/>