

**Qué podemos hacer para
vender en un año sin Salón.**
Nuevas formas de marketing
y comercialización.

3 SEMINARIOS

1. Qué podemos hacer para vender en un año sin Salón.
2. Más visitas = más clientes. Cómo conseguir tráfico de calidad en tu página web para duplicar la facturación.
3. Cómo crear una estrategia de éxito en redes sociales. Escoger las plataformas claves y saber cómo gestionar el día a día.



- Colaborador en Izando Services
- Graduado en administración y dirección de empresas, posgrado en Growth Hacking
- Estrategia digital
- Gestión de proyectos SEO, Google y Facebook Ads

A wide-angle photograph of a busy boat show. The scene is filled with numerous sailboats of various sizes docked at a wooden pier. People are walking along the pier, examining the boats, and talking to each other. In the background, there are many flags and banners, some with logos like 'SANTANA' and 'SANTANA'. The overall atmosphere is one of a large, active event. The text '¿Qué puedo hacer para vender un año sin Salón?' is overlaid in the center of the image.

¿Qué puedo hacer para vender un año sin Salón?

¿Cuál es la finalidad del Salón para las empresas del sector náutico?

¿Por qué motivo decido invertir en este evento?

Hacemos inversión en:

- Stand/espacio
- Material promocional como flyers
- Actividades
- Tiempo



Y esto nos ofrece:

- Impactar al público interesado
- Ventas en el sitio
- Darnos a conocer (hacer marca)

A mi esto me recuerda a...

A mi esto me recuerda a...



¿Qué tiene en común el Salón Náutico con los medios tradicionales?

- Grandes dificultades de medir el retorno (ROI)
- ¿Seguro que invertimos en que únicamente nos vea público objetivo?
- Inversión relativamente grande necesaria
- Y el más importante...

A close-up, shallow depth-of-field photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The person is wearing a grey, textured sweater. The laptop is silver and open. The background is heavily blurred, showing another computer monitor and some office equipment. The lighting is soft and natural, suggesting an indoor office or home workspace.

¿Cuál es la alternativa?

Beneficios en comparación con el Salón:

- **MEDICIÓN** total: sé que funciona y qué no, y puedo optimizar casi en tiempo real
- Cálculo del **ROI** en todo momento
- No hace falta gran inversión: puedo tener un anuncio en Facebook invirtiendo 1€ únicamente
- Únicamente pagamos por la atención de nuestro público objetivo, y de nadie más (**SEGMENTACIÓN**)
- Podemos crear relaciones a **largo plazo** (y no interacciones puntuales)

MEDICIÓN + SEGMENTACIÓN =
TRÁFICO CUALIFICADO

Pero la ventaja más importante...



Pero la ventaja más importante...

El cliente necesita un trato distinto para cada fase dentro del proceso de compra



Tenemos que **conocer los distintos estados del cliente** y crear estrategias para ser nosotros quien lo captemos en la primera fase y **le llevemos hasta el final.**

ATENCIÓN

INTERÉS

CONSIDERACIÓN

ACCIÓN

ATENCIÓN

→ **Usuario todavía no nos conoce**

- Tenemos que captar su atención y hacer que nos descubra
- Hacerle descubrir que tiene un problema o necesidad latente
- Demostrarle que nuestra empresa está allí para ayudarle
- Iniciar la relación con el cliente potencial
- En definitiva, debemos **ATRAERLE y despertar su interés**

INTERÉS



Nos conoce a nosotros y a su problema

- Tenemos que presentarle la solución a su problema
- Debemos “enamorarle” con la solución final que va a obtener
- Aportar valor, generar confianza y autoridad
- Retener el tiempo que haga falta y tener contenido suficiente
- Presentar la oferta para que la considere (sin ser agresivos)

CONSIDERACIÓN



Conoce su problema y las distintas soluciones

- Ya hemos interactuado varias veces y el usuario ha mostrado interés en nuestra empresa de una manera u otra
- Somos más agresivos presentando nuestra solución como la mejor alternativa
- Debemos convencer de manera definitiva para que nos compre a nosotros y a nuestro precio

Cliente



Ha decidido mentalmente que nos va a comprar

- Eliminamos objeciones, miedos, riesgos y barreras que pueden evitar la venta
- Agilizamos proceso para que el usuario no vaya atrás y pague finalmente
- No le dejamos pensar, únicamente aportamos información estrictamente necesaria
- Podemos usar sesgos cognitivos que fomenten la urgencia (límites temporales, unidades limitadas, etc.)

ATENCIÓN

INTERÉS

CONSIDERACIÓN

ACCIÓN

Tráfico frío

Tráfico templado

Tráfico caliente

Cliente





Marketing de **interrupción**



Marketing de
atracción


A photograph of a library interior. On the right, tall wooden bookshelves are filled with numerous old, leather-bound books. A wooden ladder is leaning against the shelves. On the left, a row of white marble busts of philosophers is displayed on a dark surface. The background is dark, and the overall lighting is dim, creating a scholarly atmosphere. The text '¿Cuál es la filosofía que hay detrás?' is overlaid in the center in a white, bold, sans-serif font.

¿Cuál es la filosofía que hay detrás?

A continuación...

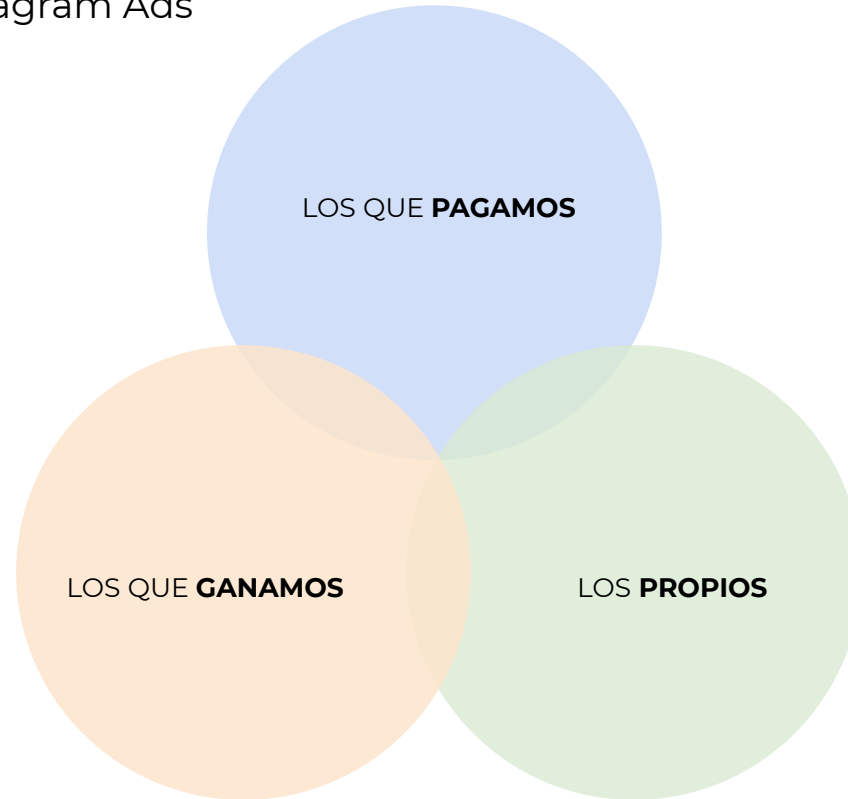
Los principales canales de captación de nuevos clientes que todos deberíamos estar usando a día de hoy (y usando de manera efectiva)



A high-angle, wide shot of a large group of runners participating in a marathon. The runners are spread across a wide asphalt road lined with lush green trees on the left. Many runners are wearing dark green athletic gear with a logo, and some have race bibs pinned to their chests. The scene is captured in a slightly desaturated, cinematic style. The text "NO ES UN SPRINT, ESTO ES UN MARATÓN" is overlaid on the left side of the image in a large, white, sans-serif font.

**“NO ES UN
SPRINT,
ESTO ES
UN
MARATÓN”**

- Google Ads
- Facebook y Instagram Ads
- LinkedIn Ads



- Notas de prensa
- Publicaciones en medios

- Web
- Email
- SEO
- Marketing de contenidos
- Redes sociales

SEO

The word 'SEO' is rendered in large, bold, sans-serif letters. The 'S' is blue, the 'E' is yellow, and the 'O' is red. The 'O' is stylized as a magnifying glass with a dark grey handle. Inside the red circle of the magnifying glass, there is a green line graph with an upward-pointing arrow, symbolizing growth and search engine optimization.

70% DE LOS CLICS SE LOS
LLEVAN **LOS 3 PRIMEROS**
RESULTADOS DE BÚSQUEDA

zapatillas nike



Todo Imágenes Noticias Shopping Vídeos Más Preferencias Herramientas

SEM

Cerca de 13,300,000 resultados (0.62 segundos)

Zapatillas NIKE - Variedad de Diseños - elcorteingles.es

www.elcorteingles.es/Running/Nike

Comodidad, Protección y Libertad de Movimientos en tus Zapatillas. ¡Ya Online! Servicios adicionales: Acceso a Novedades, Nutrición Deportiva, Envío Gratis desde 50eur

Running Nike Pulsómetros
Zapatillas running Nike Ropa de running

Compra ya zapatillas Nike - Visita la tienda oficial - nike.com

www.nike.com/Zapatillas

Calificación de nike.com: 4.3 ★★★★★

Compra la colección de zapatillas online con devoluciones gratis. ¡Just Do It! Nike Running · Nike Skateboard · Nike Tennis · NIKEiD · Futbol Nike · Nike Baloncesto

Zapatillas de Running de Marca - Amplia gama de zapatillas

www.sportzone.es/Zapatillas/Running

Si estás empezando o ya eres runner ¡Descubre nuestras ofertas y compra online! Oferta productos running · Ofertas en ropa casual · 100 % Material Deportivo

Zapatillas Nike | Selección de bambas Nike online en Zalando

www.zalando.es/NIKE

Te llevamos la moda a casa. ¡Envíos y Devoluciones Gratis!

Zapatillas de Mujer · Zapatillas de Hombre · Ropa de Mujer · Zapatos de Mujer · Vales de Regalo

Zapatillas para hombre. Nike.com ES.

store.nike.com/es/es_es/pw/hombre-zapatillas/7puZoi3

Echa un vistazo a las zapatillas para hombre en Nike.com. Descubre una amplia variedad de productos de running, fútbol y mucho más. Haz tu pedido online >

Lifestyle · Baloncesto · Gym y Training · Skateboard

Zapatillas para mujer. Nike.com ES.

store.nike.com/es/es_es/pw/mujer-zapatillas/7ptZoi3

Echa un vistazo a las zapatillas Nike para mujer. En Nike.com encontrarás una amplia gama de zapatillas para mujer para hacer deporte y estar a la moda.

Zapatillas Nike para hombre en oferta. Nike.com ES.

store.nike.com/es/es_es/pw/hombre-ofertas-zapatillas/47Z7puZoi3

Ver zapatillas Nike para hombre en oferta en Nike.com. Descubre una amplia gama de modelos y haz tu pedido online.

Resultados de Google Shopping para zapatil...

Enlaces Patrocinados



Nike - Zapatillas De ...
EUR39.95
El Corte Inglés
★★★★★ (697)



Nike - Zapatillas ...
EUR64.95
El Corte Inglés
★★★★★ (21)



Nike Flex 2016 RN Zapatillas
EUR59.49
Nike Oficial
21 % menos



Nike FS Lite Trainer 3 ...
EUR47.99
Nike Oficial



Nike Tanjun GS Black White
EUR32.50
maspormenos...
Envío gratuito



Nike Free RN Zapatillas de ...
EUR76.99
Nike Oficial
Envío gratuito



Nike Nike Air Pegasus 83 ...
EUR88.80
Sarenza.es
Envío gratuito



Nike Tanjun Zapatillas - ...
EUR65.00
Nike Oficial
Envío gratuito

SEO

type: Web

Date: Last 6 months

+ NEW

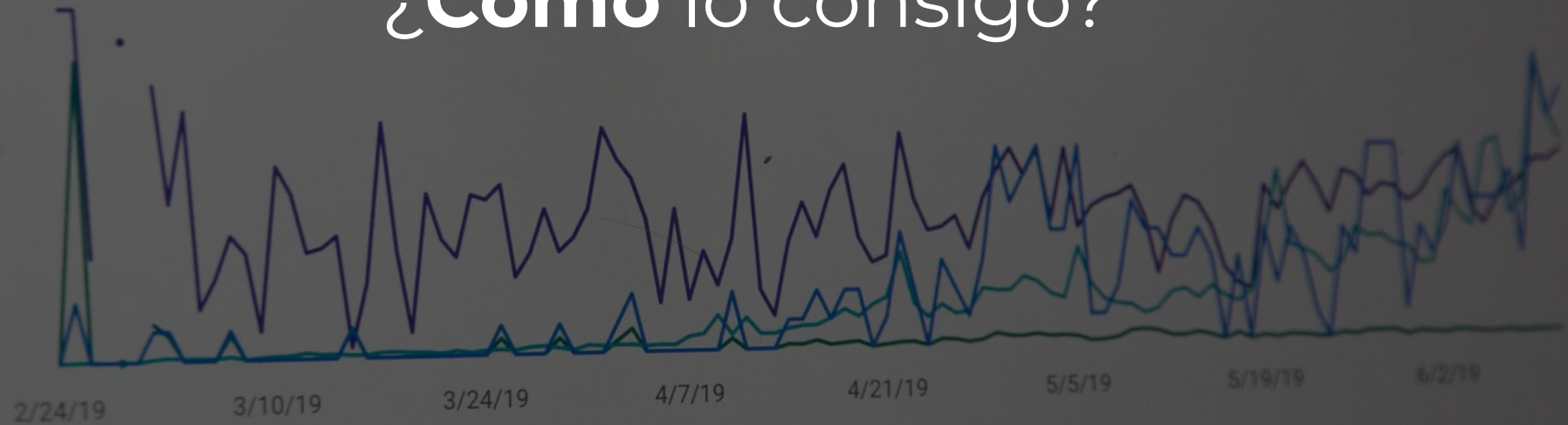
Total clicks
223

Total impressions
17.6K

Average CTR
1.3%

Average position
25.2

¿**Cómo** lo consigo?





Nuestros 2 objetivos en SEO:

1. Ser el resultado que mejor responda a la intención de búsqueda del usuario (*para ayudar a Google con su objetivo*)
2. “Enamorar” a la araña de Google

“EL **SEO** NO ES HACER 1
COSA MUY BIEN, **ES**
HACER 100 COSAS BIEN”

Tiempo en página y **retención** del usuario



CONTENIDO Y **PALABRAS CLAVE**

En cada una de las páginas de nuestra web trabajaremos una keyword concreta

Estudio de **palabras clave**

- Volúmenes de búsqueda
- Competencia
- Estacionalidad

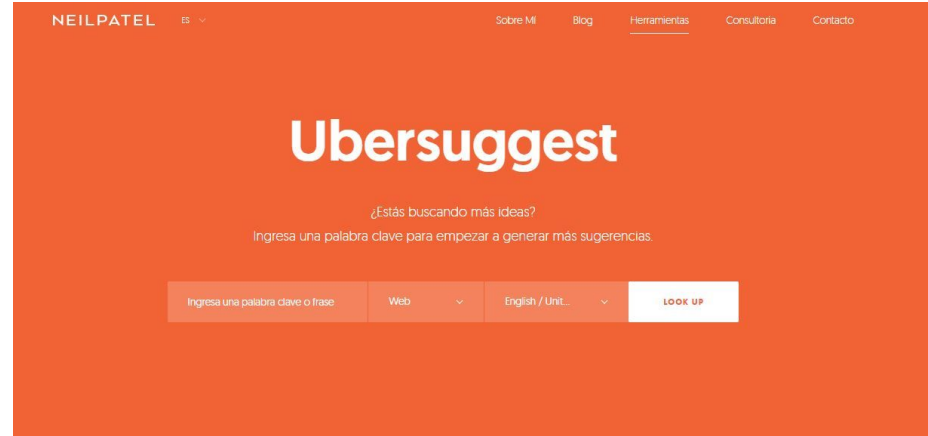
<input type="checkbox"/> Palabra clave (por relevancia) ↓	Promedio de búsquedas mensuales	Competitividad	Cuota de impresiones de anuncio	Puja por la parte superior de la página (intervalo bajo)	Puja por la parte superior de la página (intervalo alto)
Palabras clave proporcionadas					
<input type="checkbox"/> alquiler de barco	2.900	Media	-	0,13 €	0,35 €
Ideas para palabras clave					
<input type="checkbox"/> alquiler barco	5.400	Baja	-	0,13 €	0,35 €
<input type="checkbox"/> alquiler de yates	590	Media	-	0,08 €	0,27 €
<input type="checkbox"/> alquiler velero	1.300	Media	-	0,10 €	0,37 €



Google Trends



Planificador de
palabras clave de
Google Ads



Uberuggest

Enlaces a nuestra web



Backlink Checker

Try the free version of Ahrefs' Backlink Checker. Get a glimpse into the power of our premium tool.

Introduce el dominio o URL

Subdomains ▾

Comprobar enlaces

Perfil de enlaces para www.nike.com

Domain including subdomains

Clasificación del Dominio (Domain Rating - DR)



Enlaces

89.414.777

91% dofollow

Dominios de Referencia

122.521

86% dofollow

[Top 100 enlaces](#) [Top 5 textos de enlace](#) [Top 5 páginas](#) [Con código de estado HTTP 200](#)

“Ahrefs free tool” o “Backlink checker ahrefs” en Google

Buenas prácticas para linkbuilding

- De webs de temática relacionada
- Con un nivel de autoridad alto (o mayor al nuestro)
- Las webs oficiales tienen más peso
- Que sean lo más naturales posibles dentro del texto
- Variando el denominador “anchor text”
- Empezaremos por links en foros de calidad
- Podemos comprar enlaces
- Guestposting

Estructura web



PÁGINA PRINCIPAL



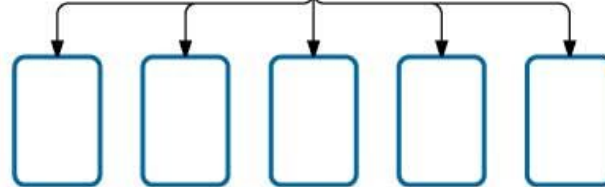
PÁGINAS DE SILO
O CATEGORÍA



PÁGINAS DE
SUBCATEGORÍA



PÁGINAS DE
CUARTO NIVEL

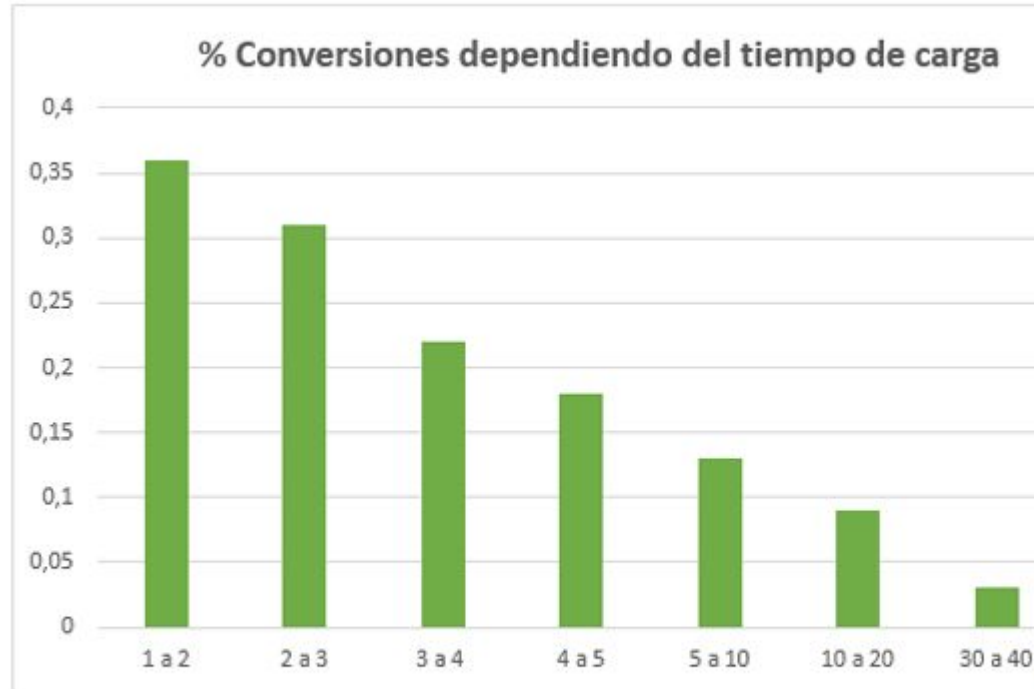




Ganamos relevancia en el nivel inferior para poder posicionar en el nivel siguiente

Velocidad web y optimización de carga





Mejores prácticas velocidad web

- Tiempo de carga siempre por debajo de los 2 segundos
- Compresión imágenes antes de subirlas (tiny.png)
- Que no ocupen más del espacio que usarán
- Tener un buen hosting



How fast does your website load? Find out with GTmetrix

See how your site performs, reveal why it's slow and discover optimization opportunities.

Test your site

Analysis Options: Testing in Vancouver, Canada using Chrome (Desktop) with an Unthrottled Connection. [Log in to change options](#)

Metadatos y indexación

Google

🔍 site:http://www.salonnautico.com/



Buscar con Google

Voy a tener suerte

Ofrecido por Google en: [English](#) [català](#) [galego](#) [euskara](#)



site:http://www.salonnautico.com/



Todo

Imágenes

Noticias

Shopping

Maps

Más

Configuración

Herramientas

SEOquake

Aproximadamente 614 resultados (0,35 segundos)

Promoción de Google

Prueba Google Search Console

www.google.com/webmasters/

¿Eres el webmaster de **www.salonnautico.com**? Consigue datos de indexación y ranking de Google.

www.salonnautico.com  ▾

Salón Náutico

El Salón Náutico Internacional de Barcelona es el más importante de España en su especialidad y el único de nuestro país que cuenta con el reconocimiento ...

www.salonnautico.com › experiencias ▾

Un mar de experiencias - Salón Náutico

Surf en el puerto, Área Fun Beach, Marina Tradicional, Flyboard, etc. El Salón Náutico te ofrece un mar de experiencias para disfrutar del mar. Además, acoge ...

www.salonnautico.com › ... ▾ Traducir esta página

Barcelona Boat Show

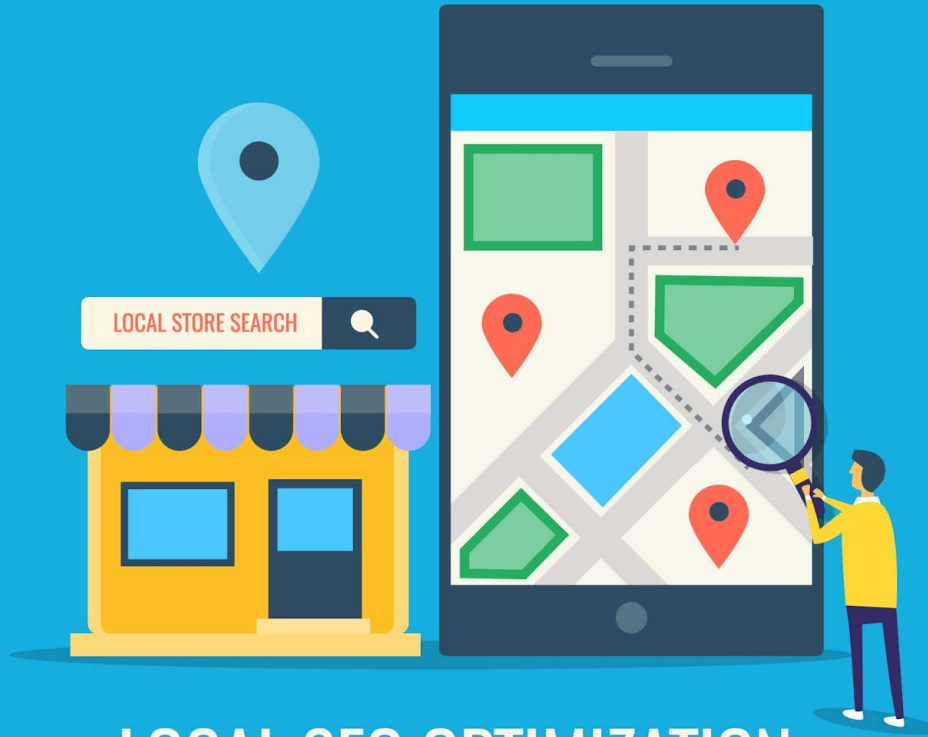
The Barcelona International Boat Show is the largest of its kind in Spain and the only one recognised by the International Federation of Boat Show Organisers ...

www.salonnautico.com › areas_old2 ▾

Áreas - Salón Náutico

Espai del Mar, Marina Tradicional, Área Fun Beach y OneOcean Club.

yoast



LOCAL SEO OPTIMIZATION

Aproximadamente 7.430.000 resultados (0,50 segundos)



Valoración ▾
 Horario ▾
 Ordenar por ▾

El horario podría cambiar en el festivo: Fiesta del Trabajo

Cerrajeros 🗝️ **Barcelona** ⭐ **Cerrajería BCN 24 Horas**

4,7 ★★★★★ (62) · Cerrajero

6,3 km · Passeig de Fabra i Puig, 383 · 637 35 94 71

🗺️ "Dentro de los precios que cobran por este tipo de servicios me ..."



SITIO WEB

CÓMO LLEGAR

CerrajeroPRO - Cerrajeros Barcelona 24H

4,7 ★★★★★ (152) · Cerrajero

7,1 km · Carrer Mallorca 371 Bajos Interior · 934 58 32 83

Abierto 24 horas

🗺️ "Excelente servicio super amables caballeros y con los productos de ..."



SITIO WEB

CÓMO LLEGAR

Cerrajeros de Guardia, Cerrajero 24 Horas



- Crear un perfil de Google My Business
- Rellenar todos los campos posibles, incluyendo palabras clave de negocio
- Conseguir reseñas positivas
- Trabajar el NAP (tener dirección y teléfono en el footer de la web)
- Enlaces en directorios con dirección

CONTENIDO DUPLICADO

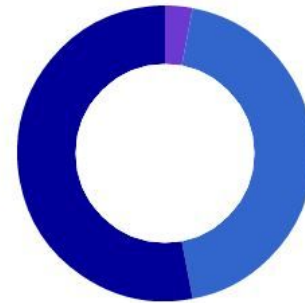
Siteliner

Explore your site.

Go

Find duplicate content, broken links, and more...

Your Duplicate Content - Click below to see your duplicate content:



A vintage typewriter is shown from a high-angle perspective, resting on a thick, white, shaggy rug. The typewriter is light-colored, possibly white or light grey, and its keyboard is visible. The text "Marketing de contenidos" is overlaid in the center of the image in a white, sans-serif font. The word "Marketing" is in a regular weight, while "de" is smaller and "contenidos" is in a bold weight. The background is a dark, semi-transparent overlay that allows the typewriter and rug to be seen but with reduced contrast.

Marketing de **contenidos**

A día de hoy **debería ser “obligatorio” tener un blog** y publicar con frecuencia

- SEO + palabras clave = + tráfico
- Aportamos valor
- Nos establecemos como autoridad
- Podemos captar mail del usuario

¿Sobre qué escribo?

- Estudio de palabras clave
- Analizamos a la competencia (ubersuggest)
- Metodología inbound marketing

PALABRAS CLAVE DE SEO

PALABRAS CLAVE DE SEO	VOLUMEN	POSICIÓN	EST. VISITAS
salón náutico barcelona	1.900	1	578
salon nautico barcelona	1.900	1	578
salo nautic barcelona	1.900	1	578
salo nautic barcelona 2019	880	1	268
salon nautico barcelona 2019	880	1	268
salón nautico	720	1	219
salon nautico	590	1	179
salón náutico	590	1	179
salon nautico barcelona 2018	590	1	179

VER TODAS LAS PALABRAS CLAVE DE SEO PARA LAS QUE SE POSICIONA ESTE DOMINIO

EL PROCESO DE COMPRA

Fase de
Descubrimiento

Me duele la garganta
y todo el cuerpo.
¿Qué me pasa?

Fase de
Consideración

Resfriado! ¿Cuáles
son mis opciones de
alivio para estos
síntomas?

Fase de
Decisión

Ir al médico,
urgencia o clínica.
Urgencia es cara,
pero tengo seguro.

E € M A I L

ACTIVAMOS AL USUARIO



Posibles usos

- Follow-up tras un formulario de contacto (automatización)
- Dar salida a nuestros post (+ tráfico)
- Campañas o promociones específicas (por ejemplo Black Friday)
- Retener al usuario aportando más valor hasta que esté listo para comprar
- Enamorar al usuario (felicitaciones por cumpleaños, contenido exclusivo, etc.)

¿CÓMO **CONSIGO** MAILS?



3 ideas:

- Clientes
- “Cajón” de suscripción en la web (footer o sidebar)
- Lead magnet (como un ebook)



Enter your info below to access the

CHECKLIST FOR PRODUCTIVE MEETINGS

Email*

First Name*

[Send Me The Checklist](#)

A hand is holding a smartphone against a dark background. The phone's screen displays a folder titled "social media" containing icons for LinkedIn, Snapchat, Pinterest, Twitter, Telegram, Messenger, Facebook, Instagram, and WhatsApp. The text "Redes sociales" is overlaid in white on the right side of the image.

Redes sociales

¿En qué redes sociales debo publicar? Únicamente en las que tu público objetivo tenga puesta la atención.

¿Cómo lo hago?

1. No vendas de primeras



2. Constancia





3. Interactúa

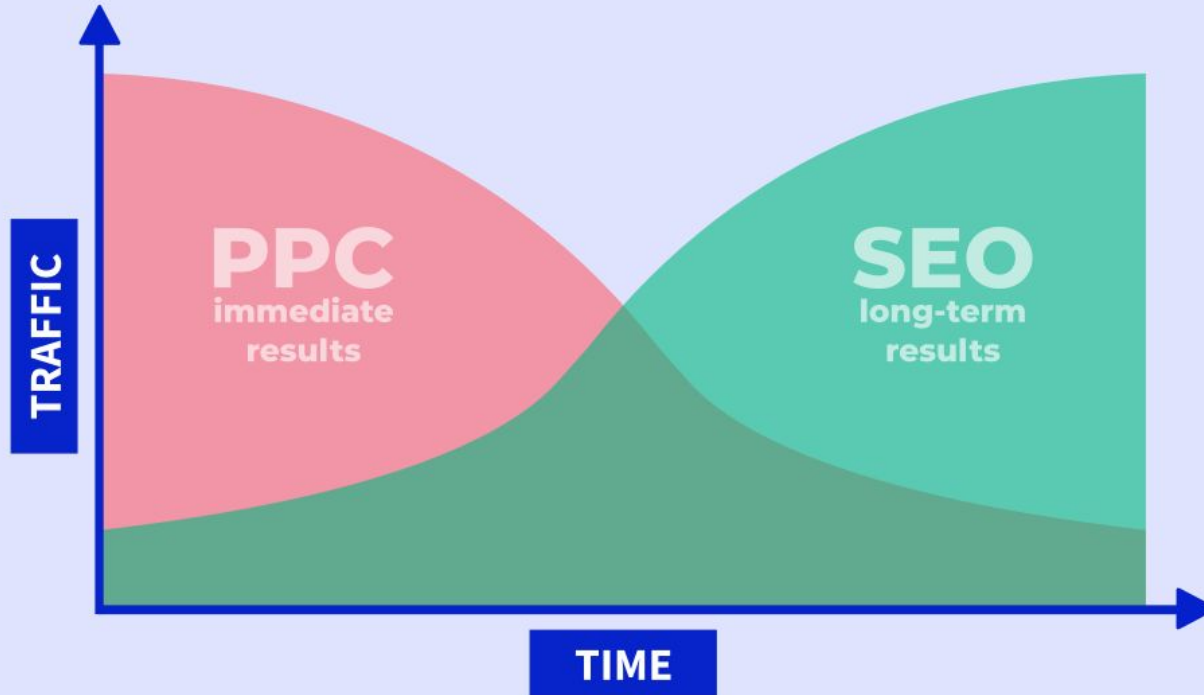
- Crea conversaciones
- Habla con tu audiencia
- Hazles partícipes

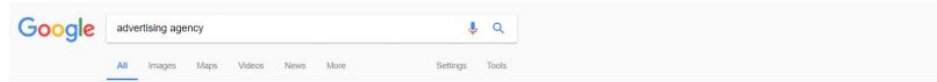
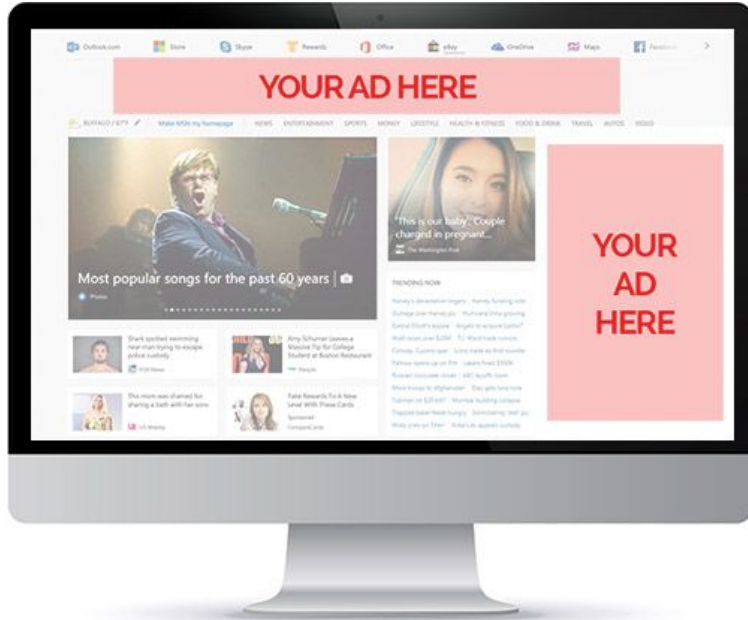


Crecimiento rápido

- Facebook/Instagram Ads
- Google Ads

SEO vs. PPC results in time





About 32,900,000 results (0.43 seconds)

Digital Marketing Agency - Get visualized online - josewalls.co.uk
www.josewalls.co.uk •
 Get optimized your website and campaigns to increase your sales

Full Service Public Relations - Marketing Agency in the US
www.brandadvertising.com •
 Full service agency with expertise with K&B products manufactured for the US.
 Contact Us Client Portfolio

Talent For Good - createathon.org
www.createathon.org • +1 604-299-4857
 Get started with Createathon and make a difference
 Inspired Results: Professional Development
 Highlights: More Than 100 Partner Organizations, Professional Development, Inspired Results...
 About Createathon For Non Profits Createathon Blog Become A Partner

Advertising agency



An advertising agency, often referred to as a creative agency, is a business dedicated to creating, planning, and handling advertising and sometimes other forms of promotion and marketing for its clients.
 Wikipedia

People also search for



View 15+ more

Feedback

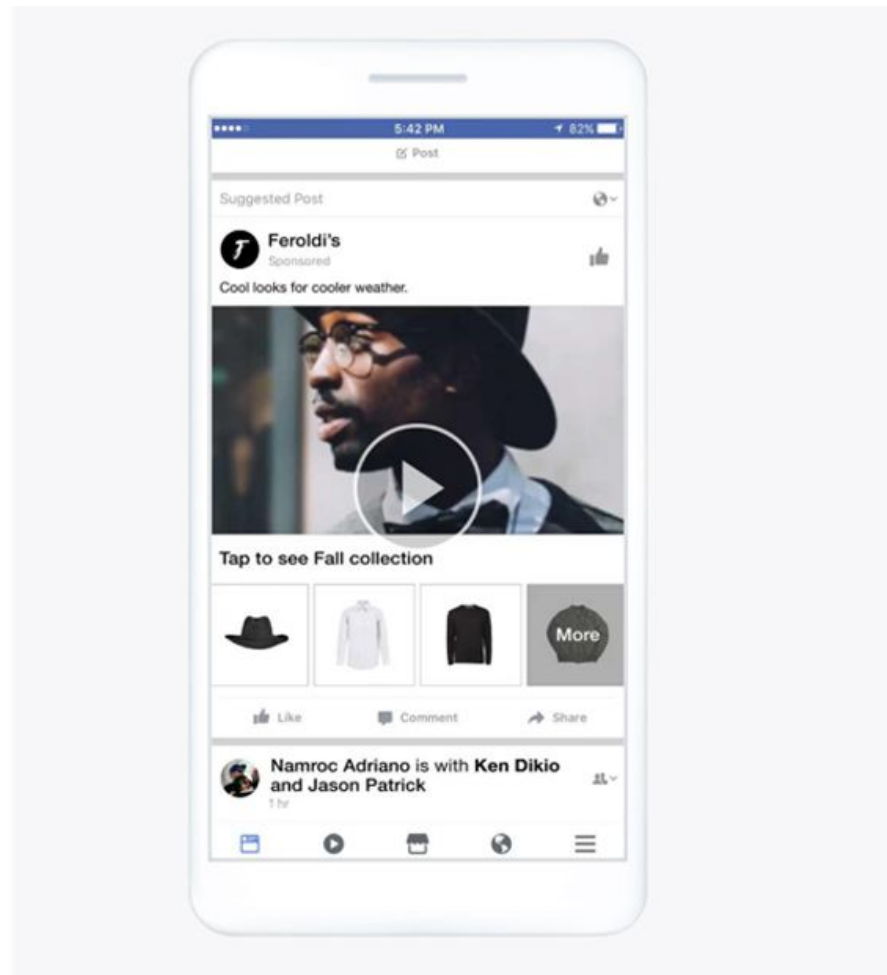
Advertising agency - Wikipedia
https://en.wikipedia.org/wiki/Advertising_agency •

An **advertising agency**, often referred to as a **creative agency**, is a business dedicated to creating, planning, and handling advertising and sometimes other forms of promotion and marketing for its clients. An ad agency is generally independent from the client, it may be an internal department or agency that provides an...

History Global advertising agency Client relationships Advertising effects

List of advertising agencies - Wikipedia
https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_advertising_agencies •

Largest agencies The five largest agencies, with their estimated worldwide revenues in 2014: WPP Group, London \$19.0 billion; Omnicom Group, New York City \$15.3 billion; Publicis Groupe, Paris \$9.6 billion; Interpublic Group, New York City \$7.5 billion; Dentsu, Tokyo \$6.0 billion ...



2 tipos de campañas:

¿Nos están buscando ya? **PULL** → Google Ads Búsqueda

¿No nos están buscando? **PUSH** → Display o Facebook Ads

CONSEJOS

- Adaptamos nuestros anuncios a cada una de las fases del embudo
- Testeamos de manera constante
- Probamos distintas audiencias
- Debemos crear landing page específicas para cada campaña

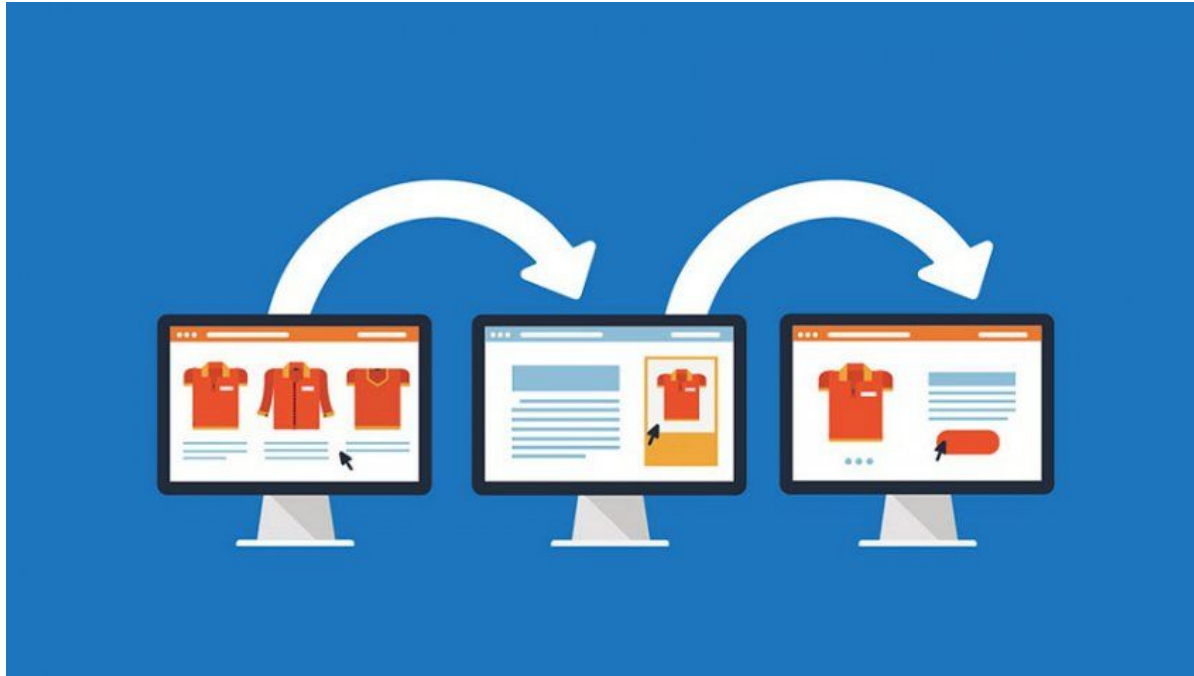
Tráfico frío

Tráfico templado

Tráfico caliente

Cliente

La clave: el **remarketing**





¿Preguntas?

Recuerda que hasta el día 27 de noviembre tenemos la **campaña de Black Friday con 15% de descuento** en marketing y web, regalos e imprenta online



Más info en info@izandoservices.com



ASSOCIACIÓ D'EMPRESARIS D'INDÚSTRIES,
COMERC I SERVEIS NAUTICS
50
1969 - 2019
aniversari