



CONSULTORÍA MARKETING ONLINE

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica Cita con Previa

Consultor:

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

2 de 31

INDICE CONSULTORÍA

- 1 Descripción Consultoría Básica con Cita Previa
 - 1.1 Pasos a seguir para la solicitud de “Consultoría Marketing Online Básica con cita previa”
- 2 Presentación Smedialab
- 3 Confidencialidad y Cesión de datos
- 4 Datos Generales Contacto
- 5 Datos Públicos de la consultoría
- 6 Briefing - Toma de datos inicial
 - 6.1 EMPRESA (Quien soy)
 - 6.2 SECTOR (Como es mi sector)
 - 6.3 COMPETENCIA (Quienes son mis competidores)
 - 6.4 TARGET (Quien es mi cliente)
 - 6.5 OBJETIVOS DE MARKETING ONLINE (Que espero lograr)
 - 6.5.1 Objetivos generales
 - 6.5.2 Objetivos específicos
 - 6.5.3 Objetivos de posicionamiento en buscadores
 - 6.6 ANTECEDENTES DE MARKETING (Cual ha sido el recorrido)
 - 6.7 RECURSOS, PRESUPUESTO Y CALENDARIO IMPLEMENTACIÓN
- 7 **PRIMEROS PASOS**
 - 7.1 Dominio
 - 7.2 Alojamiento Web
 - 7.3 Desarrollo
- 8 **PRÓXIMOS PASOS**
 - 8.1 General
 - 8.2 Usabilidad
 - 8.2.1 Accesibilidad
 - 8.2.2 Identidad
 - 8.2.3 Navegación
 - 8.2.4 Contenido
 - 8.2.5 Sociable
 - 8.2.6 Objetivos
 - 8.3 Analítica Web - Google Analytics
 - 8.4 PPC - Google Adwords
 - 8.5 SEO – Posicionamiento en buscadores
 - 8.6 Redes Sociales
 - 8.7 Boletín Noticias
- 9 Conclusiones y comentarios

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

3 de 31

1.- Descripción Consultoría Básica con Cita Previa

El escenario que planteamos es el de un proyecto en el que se espera potenciar el marketing Online dentro de su estrategia de marketing general, independientemente de la cantidad de recursos disponibles.

Esperamos desarrollar/optimizar/potenciar el canal online destinando una inversión de recursos determinada y esperando un retorno de la inversión en base a los objetivos marcados.

Si son los primeros pasos debe adoptar la idea de estar desarrollando una herramienta de comunicación para su proyecto. Los primeros pasos son siempre difíciles, necesitará pruebas, correcciones, experimentos... Esta situación al comienzo será la misma independientemente de que opte por la auto formación o la contratación de los servicios a profesionales, parcial o completamente.

Usted debe conocer con igual exactitud tanto los recursos de que dispone como los objetivos que marcará al proyecto en cada una de las etapas del mismo.

El objetivo de la "Consultoría Básica con Cita Previa" es elaborar un documento que represente una radiografía actual y real de la situación de su proyecto, mercado, recursos disponibles, marcando pautas enfocadas a objetivos razonables, permitiendo analizar y mejorar los resultados obtenidos en futuras etapas.

Confidencialidad y Cesión de datos

Queremos destacar el carácter confidencial de la consultoría y aclarar el tratamiento que hacemos con los datos que necesitamos para dar un correcto asesoramiento en las pautas enfocadas a mejorar la conversión de los objetivos marcados.

Será necesario contar con un documento identificativo (DNI, Pasaporte, permiso de residencia...) a la hora de realizar la consultoría y la firma de los documentos tratados.

Datos Generales Contacto

Definiremos las vías de comunicación y personas relacionadas con el proyectos.

No recibirá información/publicidad/promociones por nuestra parte si no lo indica expresamente, y en todo caso siempre podrá solicitar modificar esta condición, en cualquier momento.

Datos Públicos de la consultoría

Esperamos definir sin lugar a duda que tipo de información nos permite divulgar con fines publicitarios y estadísticos.

Briefing (Toma de datos inicial), Primeros pasos y Próximos pasos

Estos apartados cumplen la función de recopilar la información relativa a su proyecto, mercado, recursos disponibles, para poder asesorar, recomendar y pautar estrategias orientadas a sus objetivos.

Los distintos apartados que analizamos (General, Usabilidad, Analítica Web, Tráfico de pago, Tráfico Orgánico, Redes Sociales, Boletín Noticias) no son los únicos aspectos a tener en cuenta, ni son las únicas fuentes de tráfico en una consultoría de Marketing Online, pero las consideramos más que suficientes para poder asesorar correctamente a un porcentaje muy alto de proyectos.

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

4 de 31

Hemos procurado un uso sencillo del lenguaje técnico, si no entiende algunos puntos no se preocupe, en la cita concertada aclararemos sus dudas. Simplemente indique en el documento que “desconoce” el punto tratado, el consultor asignado le ayudará a completarlo.

Conclusiones y comentarios

A lo largo de la consultoría se tomarán notas en cada uno de los apartados tratados, al final del documento resumiremos los puntos más importantes, dando pautas para orientar los próximos pasos del proyecto hacia sus objetivos.

1.2 Pasos a seguir para la solicitud de “Consultoría Marketing Online Básica con cita previa”

1 Descarga documento

<http://smedialab.es/consultoria-cita-previa>

2 Complimentar y envío de este documento

Ningún dato de este documento es necesario rellenarlo obligatoriamente, orientaremos las recomendaciones y pautas en función de la información disponible.

Si consideras importante informarnos de algún otro dato que pudiera afectar a su estrategia de marketing

Email recepción información: info@smedialab.es

3 Confirmación día y hora – Consultoría Marketing Online Básica con Cita Previa

Una vez recibida la información será revisada y nos pondremos en contacto para concertar la cita.

4 Reunión cita Consultoría

El día de la reunión repasaremos la información del documento, aclararemos las dudas que hayan podido surgir y daremos las recomendaciones/pautas personalizadas para la estrategia de marketing online que recomendamos. La reunión tendrá una duración estimada de 30 minutos.

Puede aclarar cualquier duda a través de las siguientes vías:

info@smedialab.es

Moisés Expósito - 678 575 058

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:



5 de 31

2.- PRESENTACIÓN SMEDIALAB

Somos una empresa de Marketing Online ubicada en Canarias, especializados en mejorar los resultados de nuestros clientes en Internet, logrando visitas que conviertan en contactos o ventas.

Profesionales del Marketing Online en Canarias desde 2006

Servicios Marketing Online

Consultoría Marketing Online

¿Quieres conocer los pasos para lograr tus objetivos online?

Asesoría Marketing Online

¿Quieres estar bien asesorado al avanzar con tu negocio en la red?

Cursos Marketing Online

¿Necesitas formación para usar las herramientas online?

Estudio competencia online

¿Conoces la estrategia online de tu competencia?

Boletines de noticias

¿Quieres informar a tus clientes por correo electrónico y analizar sus intereses?

Servicios Posicionamiento en Buscadores (SEO)

Posicionamiento web en Buscadores

¿Todavía no apareces para los buscadores en las búsquedas relacionadas con tu negocio?

Campaña de enlaces SEO

¿Quieres mejorar el posicionamiento en las búsquedas sin ser penalizado por los buscadores?

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:



6 de 31

Servicios Redes Sociales

Redes Sociales

¿Quieres gestionar y medir los resultados en Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Plus?

Servicios Campañas Google Adwords

Campañas Google Adwords

¿Quieres llegar a tus clientes de forma muy precisa?

Servicios Google Analytics

Google Analytics

¿Conoces que está funcionando realmente en tu negocio online?

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

7 de 31

3.- CONFIDENCIALIDAD

REUNIDOS

De una parte: **Moisés Expósito Hernández**, con D.N.I. 78698036-V, domiciliado a estos efectos en C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

De otra parte: **REPRESENTANTE PROYECTO en representación de PROYECTO**, con D.N.I. xxxxxxxx-x, domiciliado a estos efectos en

Se comprometen a:

1.- **Smedialab** no revelará a persona alguna ajena a **PROYECTO**, sin su consentimiento, la información a la que haya tenido acceso en el desempeño de sus funciones para **PROYECTO**, excepto, en el caso de que ello sea necesario para dar debido cumplimiento a obligaciones del abajo firmante o de **PROYECTO**, impuestas por las leyes o normas que resulten de aplicación o sea requerido para ello por mandato de la autoridad competente con arreglo a Derecho.

2.- **Smedialab** utilizará la información referida en el apartado anterior únicamente para elaboración de la propia Consultoría de Marketing Online, y no dispondrá de ella de ninguna otra forma o para otra finalidad distinta, exceptuando la información aportada en el apartado "5.- Datos públicos de la consultoría", donde no se limita de ninguna forma el uso de la información aportada.

3.- La información aportada en el apartado "5.- Datos públicos de la consultoría", donde no se limita de ninguna forma el uso de la información aportada.

4.- **Smedialab** cumplirá en el desarrollo de sus funciones para **PROYECTO**, la normativa vigente nacional y comunitaria relativa a la Protección de Datos de carácter personal y, en concreto, la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y disposiciones complementarias o cualquier otra norma que la sustituya en un futuro. Además de dar obligado cumplimiento a la normativa vigente en la entidad referente a medidas de seguridad de los ficheros automatizados que contengan datos de carácter personal, según dispone el Real Decreto 994/1999, de 11 de Junio.

5.- **Smedialab** cumplirá los compromisos anteriores, incluso después de extinguida la relación con **PROYECTO**.

6.- **Smedialab** se hace responsable frente a **PROYECTO** y frente a tercero, de cualquier daño que pudiera derivarse del incumplimiento de los compromisos anteriores y resarcirá a **PROYECTO** las indemnizaciones, sanciones o reclamaciones que ésta se vea obligada a satisfacer como consecuencia de dicho incumplimiento.

7.- La jurisdicción competente para toda cuestión o litigio que pueda surgir de la interpretación o incumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato, las partes expresamente se someten a los Jueces y Tribunales de la Ciudad de Santa Cruz de Tenerife.

Y para que surta plenos efectos firma la presente declaración en XXXX a XX de XXXX de XXXX

Firmante:

Empresa:

Smedialab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:



8 de 31

4.- DATOS GENERALES CONTACTO

Datos privados relacionados con las comunicaciones relacionadas con la consultoría.

Empresa:

Domicilio:

Teléfono:

Fax:

E-Mail:

Dirección página web:

Facebook:

Twitter:

Linkedin:

Google Plus:

Pinterest:

Instagram:

Youtube:

Otras:

Persona de contacto:

Personas presentes y posiciones que ocupan:

¿Desea recibir información relacionada con Marketing Online útil para su proyecto?

Email:

Teléfono:

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:



9 de 31

5.- DATOS PÚBLICOS DE LA CONSULTORÍA

Datos públicos de la consultoría

Empresa:

Domicilio:

Teléfono:

Fax:

E-Mail:

Dirección página web:

Facebook:

Twitter:

Linkedin:

Google Plus:

Pinterest:

Instagram:

Youtube:

Otras:

Persona de contacto:

Personas presentes y posiciones que ocupan:

Material Multimedia:

Objetivos consultoría:

Valoración de la consultoría:

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

10 de 31

6 Briefing - Toma de datos inicial

Datos iniciales enfocados a conocer su proyecto, sector, competencia, recursos y objetivos.

6.1 EMPRESA (Quien soy)

- Descripción, antecedentes, modelo de negocio, ámbito de actuación, situación actual, imagen de marca, previsiones o expectativas...
- Situación competitiva: producto, precio, distribución.

Datos:

6.2 SECTOR (Como es mi sector)

- Descripción, antecedentes, modelo de negocio, ámbito de actuación, situación actual, imagen de marca, previsiones o expectativas...
- Situación competitiva: producto, precio, distribución.

Datos:

6.3 COMPETENCIA (Quienes son mis competidores)

- Descripción, antecedentes, modelo de negocio, ámbito de actuación, situación actual, imagen de marca, previsiones o expectativas...
- Situación competitiva: producto, precio, distribución.

Datos:

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:



11 de 31

6.4 TARGET (Quien es mi cliente)

- Tipo de usuarios que componen nuestro público objetivo. Perfil sociológico: edad, género, nivel adquisitivo, hábitos de consumo, hábitos de compra, nivel de estudios...
- Ubicación geográfica e idiomas de interés para nuestra campaña

Datos:

6.5 OBJETIVOS DE MARKETING ONLINE (Que espero lograr)

6.5 .1 Objetivos generales

- Darse a conocer, atraer tráfico a la web, generar ventas, notoriedad de marca, posicionamiento en buscadores, analizar correctamente la efectividad de la inversión en Internet...

Datos:

6.5 .2 Objetivos específicos

- Captar usuarios o registros nuevos, aumentar las ventas online, atraer tráfico de clientes nuevos, fidelizar clientes existentes, reducir la tasa de abandono en la web, mejorar posicionamiento natural en buscadores (SEO), mejorar efectividad del boletín de noticias, captar clientes mediante Google Adwords (PPC)...

Datos:

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

12 de 31

6.5 .3 Objetivos de posicionamiento en buscadores (Cómo buscan mis clientes los productos/servicios relacionados con el proyecto)

- Indicar orientación de palabras o grupos de palabras clave por las que nos interesa posicionar la marca. Usar el lenguaje del público objetivo, no es necesariamente usar el lenguaje técnico del sector relacionado con el proyecto (cómo creemos que nos buscan o por qué términos de búsqueda queremos que nos encuentren).

Datos:

6.6 ANTECEDENTES DE MARKETING (Cual ha sido el recorrido)

- Acciones de marketing y/o publicidad realizadas con anterioridad (online y offline) y resumen de resultados.
- Plan de marketing general del negocio/marca, ¿Es posible combinar su estrategia de marketing offline con su estrategia de marketing online? (si tienen uno definido).

Datos:

6.7 RECURSOS, PRESUPUESTO Y CALENDARIO IMPLEMENTACIÓN

- Recursos disponibles (Personal, horas semanales, nivel de conocimientos, equipamiento...)
- Inversión económica disponible total o partida inicial y/o partidas distribuidas.
- Duración campaña y plazo de tiempo para su lanzamiento.

Datos:

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

13 de 31

7 PRIMEROS PASOS

Nota: Utilice las palabras Sí, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

7.1 DOMINIO	Sí	No	P	D	Observaciones
Dispone de dominio propio					
Conoce la diferencia entre .com, .es, .org, .net...					
El proyecto es internacional y se ha contemplado en la estrategia de dominios, estructura y contenidos					
Notas:					

7.2 ALOJAMIENTO WEB	Sí	No	P	D	Observaciones
Conoce las características del servidor necesario: N° de bases de datos y tipo					
Número de direcciones de correo y espacio necesario por cuenta					
Conoce las necesidades de espacio y transferencia de datos del servidor (Página web + Cuentas de correo electrónico)					
Notas:					

7.3 DESARROLLO	Sí	No	P	D	Observaciones
Gratis 100% (menos dominio)					
Desarrollo con CMS Gratuito					
Desarrollo con CMS personalizado					
Desarrollo 100% personalizado					
Notas:					

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa



Fecha:

14 de 31

8 PRÓXIMOS PASOS

8.1 GENERAL

Nota: Utilice las palabras Si, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

	Sí	No	P	D	Observaciones
Hace un seguimiento de las visitas con alguna herramienta de analítica web, por ejemplo Google Analytics					
Participa en algún sistema publicitario de pago por clic, por ejemplo Google Adwords					
Hace uso de un Boletín de noticias para informar sobre las últimas novedades del proyecto a los usuarios que han mostrado interés en recibirlas					
Hace uso de las herramientas de webmaster de los principales buscadores como Google, Bing, Yandex					
Su página web está dada de alta en Google Place favoreciendo la geolocalización por parte de Google					
Su página web está optimizada para visualizarse personalmente según el dispositivo usado, por ejemplo móviles, tablet, pc					
Los textos redactados cuentan con una orientación semántica, incluyendo sus objetivos de búsqueda					
Hace uso de las Redes Sociales para					

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

15 de 31

cumplir objetivos de soporte, fidelización, amplificación del mensaje, captación de clientes...					
El proyecto hace uso de códigos Qr – Bidi en sus acciones publicitarias offline como cartelería, tarjetas de visita, flyer					
Notas:					

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

16 de 31

8.2 USABILIDAD

La Usabilidad busca asegurar que el contenido mostrado a los usuarios es fácil de entender, transmite correctamente las llamadas a la acción y es visualizado correctamente independientemente del dispositivo usado.

Nota: Utilice las palabras Si, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

8.2.1 ACCESIBILIDAD	Sí	No	P	D	Observaciones
La carga de la web es razonable (Tamaño de las imágenes, scripts, recursos remotos...)					
Los textos se leen sin esfuerzo (Fácil comprensión, tamaño y espaciado entre caracteres, estructura...)					
Las imágenes usan Etiqueta ALT para facilitar la navegación con imágenes desactivadas					
Página error personalizada (404) para no perder al usuario facilitando continuar la navegación o encontrar el contenido esperado. Mostrando por ejemplo el buscador interno, los últimos productos/servicios/contenidos disponibles, comentarios de usuarios...					
Notas:					

Nota: Utilice las palabras Si, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

17 de 31

8.2.2 IDENTIDAD	Sí	No	P	D	Observaciones
El logotipo está correctamente situado de forma que sus contenidos puedan ser asociados con su marca					
Quedan claros los productos y servicios ofrecidos. La localización en menú y módulos evitan cualquier esfuerzo para localizarlos.					
Su página inicial contiene una radiografía clara y sencilla de su proyecto					
Dispone de apartado que responde claramente a un contenido del tipo "Quiénes somos"					
Dispone claramente de varias vías de Contacto					
Notas:					

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

18 de 31

Nota: Utilice las palabras Si, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

8.2.3 NAVEGACIÓN	Sí	No	P	D	Observaciones
Navegación principal clara, ha realizado test de navegación con terceras personas					
Navegable sin imágenes y la web sigue cumpliendo sus objetivos de forma clara para el usuario					
Navegable sin Javascript y la web sigue cumpliendo sus objetivos de forma clara para el usuario					
Navegable sin Flash y la web sigue cumpliendo sus objetivos de forma clara para el usuario					
El número de elementos son los estrictamente necesarios para transmitir nuestros mensajes					
El logotipo está enlazado al inicio					
Los elementos enlazados (texto, imágenes) son claramente identificados					
Cuenta con un Buscador Interno para facilitar la localización de los contenidos					
Notas:					

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

19 de 31

Nota: Utilice las palabras Si, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

8.2.4 CONTENIDO	Sí	No	P	D	Observaciones
Se hace uso de encabezados para estructurar el contenido					
La información importante la encontramos sin necesidad de hacer scroll					
Existe coherencia en los estilos en las diferentes zonas de la web como en portada, categorías, fichas de productos...					
Hace un uso correcto, sin exceso de Negrita/Cursivas					
Hace uso Anuncios y/o pop-ups					
Los textos responden a temas concretos. No se mezclan temas en contenidos					
Las URLs son descriptivas					
Los Títulos son descriptivos					
El contenido es "escaneable", facilitando captar la atención al ojear el texto					
Datos:					

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

20 de 31

8.2.5 SOCIABLE/COMPARTIR	Sí	No	P	D	Observaciones
Están enlazados los perfiles en las redes sociales que participamos					
Existen Botones para compartir en redes, incluso si no dispone de perfil en alguna de ellas si cuentan con publico objetivo					
Cuenta con la posibilidad de recomendar su proyecto mediante correo electrónico, por ejemplo un formulario de recomendación					
Renueva contenidos y facilita la Sindicación de contenidos (Rss)					
Hace uso de un Boletín de noticias y facilita su suscripción.					
Datos:					

8.2.6 OBJETIVOS	Sí	No	P	D	Observaciones
Son claros y están bien definidos					
Son razonables para la estrategia de marketing utilizada					
Son medibles y conoce que acciones los objetivos					
Datos:					

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

21 de 31

8.3 ANALÍTICA WEB - GOOGLE ANALYTICS

La Analítica Web es una herramienta que permite realizar el seguimiento y análisis del tráfico recibido en una página web, pudiendo tomar decisiones estratégicas en cuanto a las acciones e inversiones relacionadas con el Marketing Online del proyecto.

Nota: Utilice las palabras Si, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

	Sí	No	P	D	Observaciones
Dispone de un plan estratégico de implantación					
Usa el código de seguimiento por defecto que suministra la herramienta (No ha realizado una personalización para mejorar la capacidad de recepción de datos)					
Cumple Ley Cookies actual, informando del uso que realiza de la analítica para mejorar la experiencia del usuario.					
Hace un seguimiento de los enlaces en sus firmas, enlaces en redes sociales, pdf, banner contratados, boletines de noticias... (Campañas de enlaces)					
Dispone de datos útiles sobre las ventas que se han producido en su Tienda Online (Seguimiento Ecommerce)					
Hace un seguimiento de la actividad en Redes Sociales					
Integrado Google Adwords, para optimizar la inversión realizada teniendo en cuenta sus objetivos					
Integrado Google Adsense, para					

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edif. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa



Fecha:

22 de 31

optimizar sus contenidos aumentando sus ingresos publicitarios				
Hace un seguimiento de su "Buscador interno", para conocer los términos usados y cuales cumplen objetivos				
Conoce la interacción de sus visitas con distintos elementos de la web, como envío de formularios, descarga de archivos, envío de comentarios, seguimiento de enlaces... (Seguimiento de Eventos)				
Existen objetivos definidos de forma que sean medidos y contrastados con sus acciones de marketing, como envío de formularios, registro de usuarios... (Configurados Objetivos)				
Dispone de informes personalizados y orientados a sus necesidades, incluyendo únicamente la información que necesita para analizar su actividad (Configuración Informes Personalizados)				
Conoce y mide la efectividad de rutas que deberían seguir los usuarios previo a la consecución de objetivos/transacciones (Configuración Embudos de Conversión)				
Filtra el tráfico para mostrar la información exacta que necesite cada usuario o para analizar la información de forma más segmentada (Configuración Perfiles Filtrados)				
Cuenta con filtros que segmenten el				

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

23 de 31

tráfico, por ejemplo segmentando los usuarios canarios que han visitado mas de 3 páginas llegando desde Google (Configuración Segmentos Avanzados)					
Ha configurado alarmas automatizadas que le avisen por correo electrónico de desviaciones en el rendimiento de su proyecto, positivas y negativas (Configuración Alertas Personalizadas)					
Recibe por correo electrónico de forma automatizada con una frecuencia programada información sobre el rendimiento de su proyecto (Configuración Correos Programados)					
Notas:					

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

24 de 31

8.4 PAGO POR CLIC - GOOGLE ADWORDS

Las campañas de Pago por Clic son una herramienta publicitaria donde el anunciante invierte una cantidad de dinero cada vez que un usuario hace clic en un anuncio mostrado, enviando el tráfico a nuestra web.

Nota: Utilice las palabras Si, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

	Sí	No	P	D	Observaciones
Dispone de un plan estratégico de implantación					
Se ha integrado con Google Analytics para optimizar correctamente la inversión asignando un coste por transacción/objetivo					
Estudio previo de palabras clave para orientar correctamente la inversión inicial					
Uso de concordancia de palabras clave frase, exacta o amplia modificada para orientar correctamente la activación de los anuncios					
Uso de palabras clave negativas para evitar costos innecesarios					
Define orientación de las campañas hacia una red de publicación concreta ("red de búsqueda" o "Red de Display")					
Define orientación de las campañas geográficamente para activarse únicamente en Tenerife, Valencia, todo el territorio nacional o concretamente en una ubicación inglesa.					

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

25 de 31

Define orientación de las campañas hacia usuarios con idiomas concretos					
Define orientación de las campañas a horarios/días, deteniendo, activando o modificando la oferta					
Define orientación de las campañas a los distintos móviles, tablet, pc... deteniendo, activando o modificando la oferta					
Uso de campañas segmentadas por líneas de productos, mercados, perfiles de clientes					
Uso de grupos de anuncios para aumentar la segmentación de las campañas y por tanto mejorar la optimización de la inversión					
Uso de varios anuncios con variaciones del mensaje para medir que orientación conecta mejor con los usuarios					
Tiene definido un coste por conversión/transacción (ventas, envío de formularios, descarga de documentos, registro de usuarios...)					
Consume todo el presupuesto diario asignado a las campañas					
Datos:					

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

26 de 31

8.5 POSICIONAMIENTO BUSCADORES – SEO

El Posicionamiento en Buscadores (SEO) es un conjunto de técnicas que facilitan lograr mejores posiciones en determinados resultados dentro de los motores de búsqueda.

Nota: Utilice las palabras Si, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

	Sí	No	P	D	Observaciones
Dispone de un plan estratégico de implantación					
Estudio previo de palabras clave para orientar correctamente la estructura del proyecto y la generación de contenidos					
Evita los Contenidos Duplicados, incluso las URLs con y sin WWW					
Las URLs generadas por la página web responden correctamente a la estructura de contenidos, por ejemplo http://proyecto.es/idioma/categoria/subcategoria/producto					
Cuando sus contenidos se muestran en los resultados de los buscadores tiene en cuenta la información mostrada para mejorar la cantidad de clic recibidos (Metadato Title, Description, URL)					
Los textos cuentan con Encabezados para estructurar los contenidos y se han tenido en cuenta los objetivos de posicionamiento <H1,H2,...H5, H6>					
Usa nombres de archivos en las Imágenes de forma descriptivas, con etiqueta ALT y orientado al objetivo de posicionamiento del contenido donde se ubica					

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

27 de 31

Indica la autoría de sus contenidos a los buscadores <Rel=Autor>					
Velocidad de carga razonable, teniendo en cuenta que no existan elementos en su web no necesarios o pesados que retrasen la carga					
Usa Robots.txt para gestionar el acceso de los buscadores a sus contenidos, evitando que el buscador pierda el tiempo "leyendo" contenidos que no son de su interés					
Usa Sitemap.xml para facilitar la indexación de sus contenidos (Los contenidos indexados por los buscadores son los que podrán mostrarse en los resultados de búsqueda)					
Dispone de estrategia de captación de enlaces entrantes hacia su dominio/contenidos					
Conoce los graves problemas derivados de una mala estrategia de enlaces					
Datos:					

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

28 de 31

8.5 REDES SOCIALES

Las Redes Sociales son comunidades virtuales donde se agrupan usuarios, compartiendo información, opiniones, experiencias, etc. Habitualmente las plataformas que albergan a estos usuarios cuentan con una orientación según el tipo de interés de los usuarios.

Nota: Utilice las palabras Si, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

	Sí	No	P	D	Observaciones
Dispone de un plan estratégico de implantación					
Se han seleccionado las redes sociales apropiadas para difundir su proyecto					
Dispone de un calendario de publicación					
Las publicaciones están orientadas a cada red social según normas, funcionalidades de la red, perfil de usuarios (Netetiqueta)					
Conoce que redes sociales o tipo de publicaciones son más efectivas para los objetivos marcados en su página web					
Dispone de un plan de crisis en caso de que un problema relacionado con su proyecto sea planteado/viralizado a través de las redes sociales					
Dispone de una guía de estilo en cuanto al lenguaje usado al comunicarse con las comunidades de las redes sociales					
Ha identificado a grupos de usuarios influyentes en cada una de las redes sociales donde participa su proyecto					
Datos:					

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

29 de 31

8.6 BOLETÍN DE NOTICIAS

Un Boletín de Noticias es una distribución periódica mediante correo electrónico donde un número determinado de usuarios han mostrado interés en recibir información actualizada relacionada con el proyecto.

Nota: Utilice las palabras Si, No, P (parcialmente), D (desconoce) para indicar el estado de implementación.

	Sí	No	P	D	Observaciones
Dispone de un plan estratégico de implantación					
Conoce la fuente de la base de datos y tiene la seguridad de que los receptores aprueban la recepción de su boletín					
Cuenta con una base de datos de usuarios segmentada por diferentes criterios, pudiendo orientar los envíos por sexo, edad...					
El sistema que usa para el envío de los boletines se integra con los objetivos de su página web (formularios, ventas, descargas...)					
Conoce la tasa de apertura de los boletines que envía. De cada 1000 boletines enviados sabe de media cuantos son abiertos por los usuarios aunque no hagan clic en el correo recibido					
Conoce que tipo de contenidos funcionan o que lenguaje es más efectivo					
Conoce que elementos reciben clic en el boletín, hace pruebas sobre como maqueta su boletín					

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE



Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:

30 de 31

Conoce que comportamiento tienen en su web los usuarios, que contenidos consumen y que acciones realizan en función... siendo incluso capaz de segmentar el tráfico según el elemento del boletín por el que accedieron a la web					
Notas:					

CONSULTORÍA MARKETING ONLINE

Proyecto:

Tipo Consultoría: Básica con Cita Previa

Fecha:



31 de 31

9 Conclusiones y comentarios

Smedialab	Representante del proyecto

SmediaLab.es – Marketing Online Canarias

www.smedialab.es

Dep. Atención al cliente: Moisés Expósito m.exposito@smedialab.es - 678 575 058 – Dep. Marketing: Yapci Bello yapci.bello@smedialab.es - 687 522 116

C/ Panamá, 32, Planta 3, Oficina 12, Edf. San Cristóbal, Polígono Industrial Costa Sur, C.P. 38009, Santa Cruz de Tenerife