



**cocinaremociones**  
E M A R K E T I N G

“La web de su empresa  
es algo muy serio,  
hablemos de los motivos”

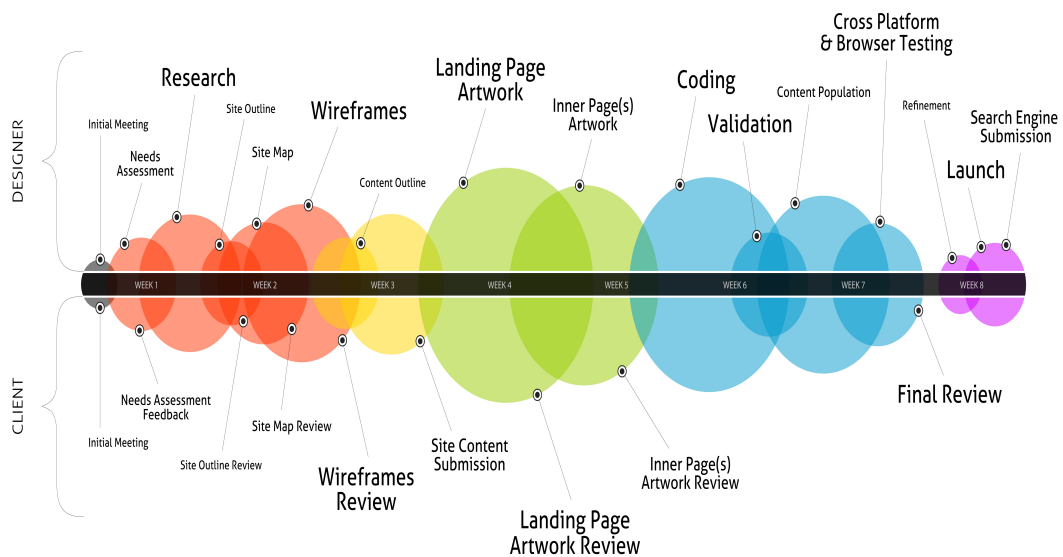
## COCINAREMOCIONES® eMARKETING



## PROFESIONALIZAR EL PROCESO

### A Web Site Designed

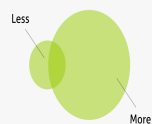
MILESTONES, INVOLVEMENT, IMPORTANCE & TIMELINE



#### MILESTONES



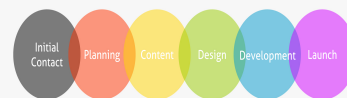
#### INVOLVEMENT



#### IMPORTANCE

Average  
Greater

#### PHASE

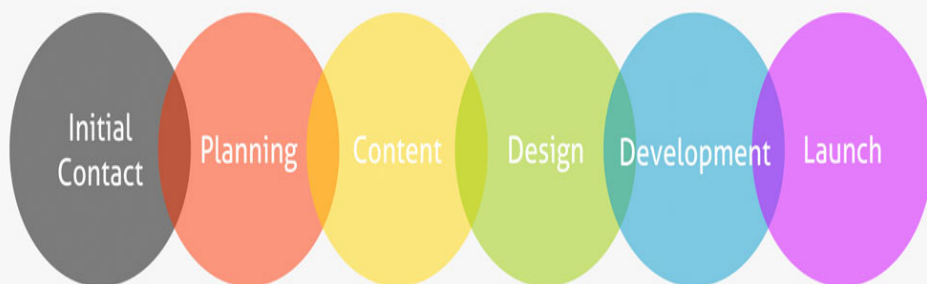


A Web Site Designed was created by John Furness of Simple Square. © 2011 - All rights reserved.

TIMING = CALIDAD

## PHASE

---



## "CONOCER TU PROYECTO, DISEÑAR UN PLAN"

### **El marketing online,**

con su amplia variedad de técnicas y aplicaciones, le ofrece la oportunidad de deslocalizar su empresa, compitiendo en un mercado global. **Es una inversión por diferenciarse y ganar cuota de mercado en un nuevo entorno.**

### **Contacto + planificación: Briefing**

Necesitamos de su colaboración para profundizar en todas las áreas del proyecto, siendo de vital importancia la confianza en nuestro equipo de trabajo.

Una vez recibida toda la información, **se ordena de forma estratégica para detectar las necesidades, puntos fuertes y objetivos de su empresa.** Posteriormente elaboramos un plan de acción cuyo objetivo es conseguir lanzar su proyecto o mejorar los resultados de su empresa con las máximas garantías.

## INFORMACIÓN EN ESTRATEGIA



Pensar en ....

- Público objetivo
- Arquitectura de Marca
- Valor añadido
- Conexión emocional
- Experiencia de navegación
- Capacidad de gestión y optimización de recursos
- OFFLINE, conseguir que “funcione” en todos los soportes

¿ POR QUÉ ?



## CONEXIÓN EMOCIONAL



OFRECER UNA IMAGEN EXCELENTE



cocinaremociones  
E M A R K E T I N G

- A WEB - CMS
- B WEB - CÓDIGO FUENTE

PHP lenguaje del SERVIDOR, llamadas base de datos y PANEL ADMINISTRACIÓN

HTML , el “chasis” de la herramienta

CSS, gama de colores

JAVASRIPT, los efectos dinámicos de la web

RESPONSIVE, adapta a todos los dispositivos móviles

ARQUITECTURA WEB, experiencia de navegación

FUNCIONES TÉCNICAS, frontend y backend

IDIOMAS, clonación de web y asignación de carpetas

**Reflejar la identidad y los valores de la empresa;** Conseguir conectar con el público objetivo, un público dispuesto a ofrecernos un máximo de 3 minutos de tiempo, para decidir si somos la empresa que busca.

**Redacción de textos;** conseguir un mensaje claro, fácil de entender y que invite a la reflexión (pensar).

**Comunicación audiovisual;** La imagen responde a la necesidad del ser humano por expresarse y es uno de los medios más eficaces para influir en el comportamiento del consumidor. Conexión emocional.

**“Contamos con un equipo altamente cualificado, capaz de que combinar elementos racionales con componentes emocionales”**

## COMUNICACIÓN, VENTA y HERRAMIENTA

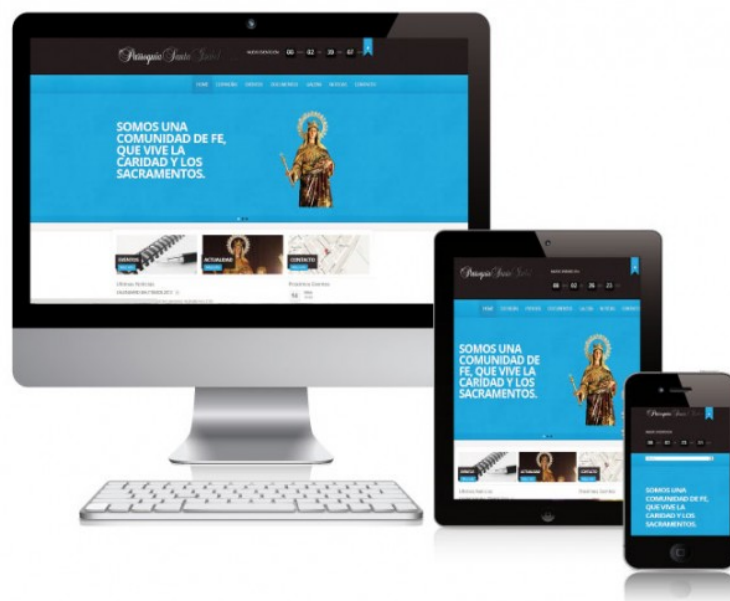
The screenshot displays the Bonterra Park website interface. At the top, the Bonterra Park logo is visible, along with a navigation menu containing links for Inicio, Alojamiento, Servicios, Reservas, Tarifas, Animación, Entorno, and Contacto. The main visual is a large banner image of palm trees and a building. Overlaid on the left is a cookie consent notice with an 'Aceptar' button. In the center, a 'Reservas' (Reservations) form is present, featuring input fields for 'Entrada' (11-6-2014), 'Salida' (10-6-2014), 'Capacidad' (2), and 'Tipo' (Bungalows), with a 'Consultar' button below. To the right of the form are two smaller images: one of a swimming pool at night labeled 'VERANO' and another of a building labeled 'INVIERNO'. In the bottom right corner, there is a chatbot widget with the text '¿Te ayudamos?' and a 'Escribe tu mensaje aquí' input field.

En Bonterra Park nos hemos propuesto que disfrutes de unas excelentes vacaciones en familia.

## COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL



## ADAPTARNOS A UN USUARIO MÓVIL



Creación de contenido

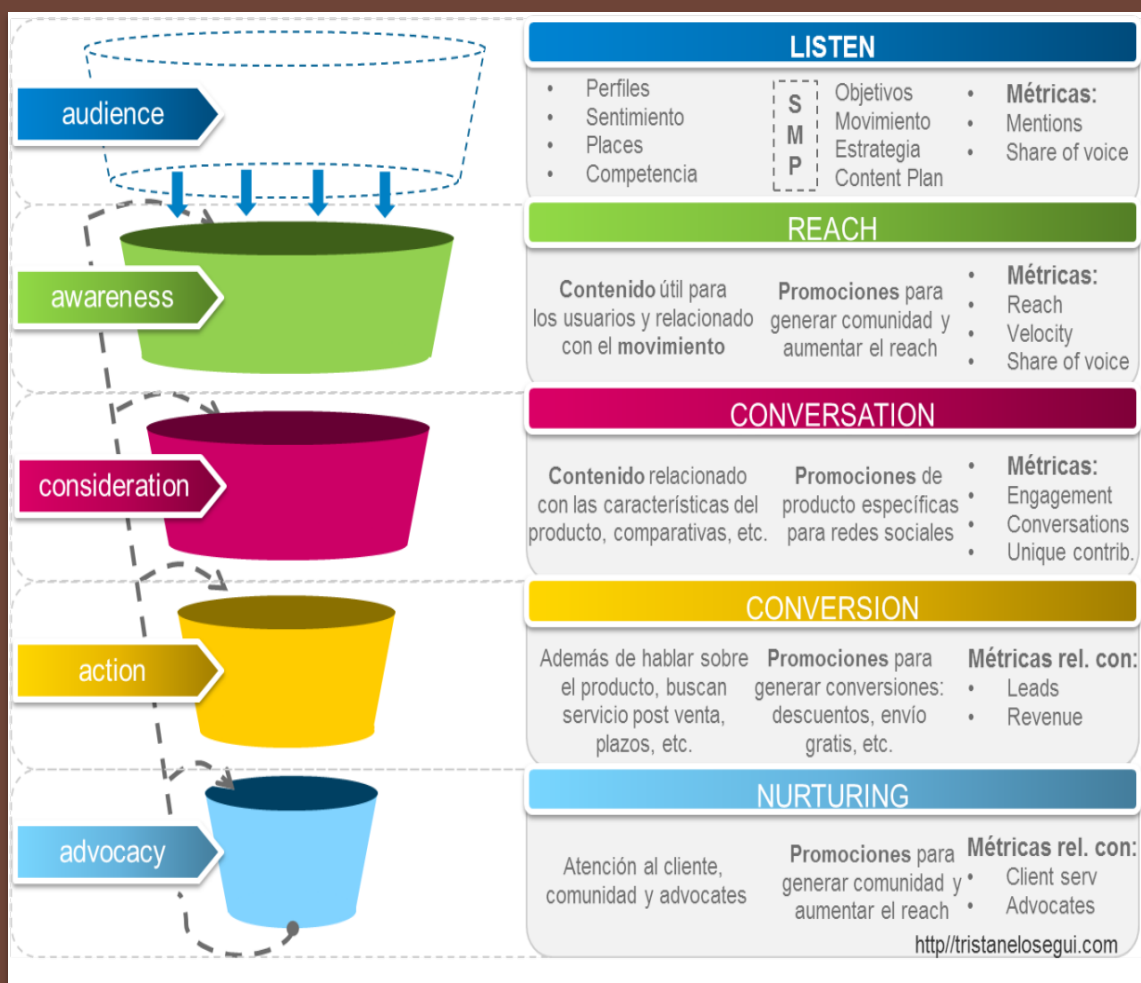
Crear una comunidad en redes sociales

Uso de la web como herramienta de trabajo

SEO

SEM

## SOCIAL MEDIA | CONTENIDOS



### How Inbound Marketing Works

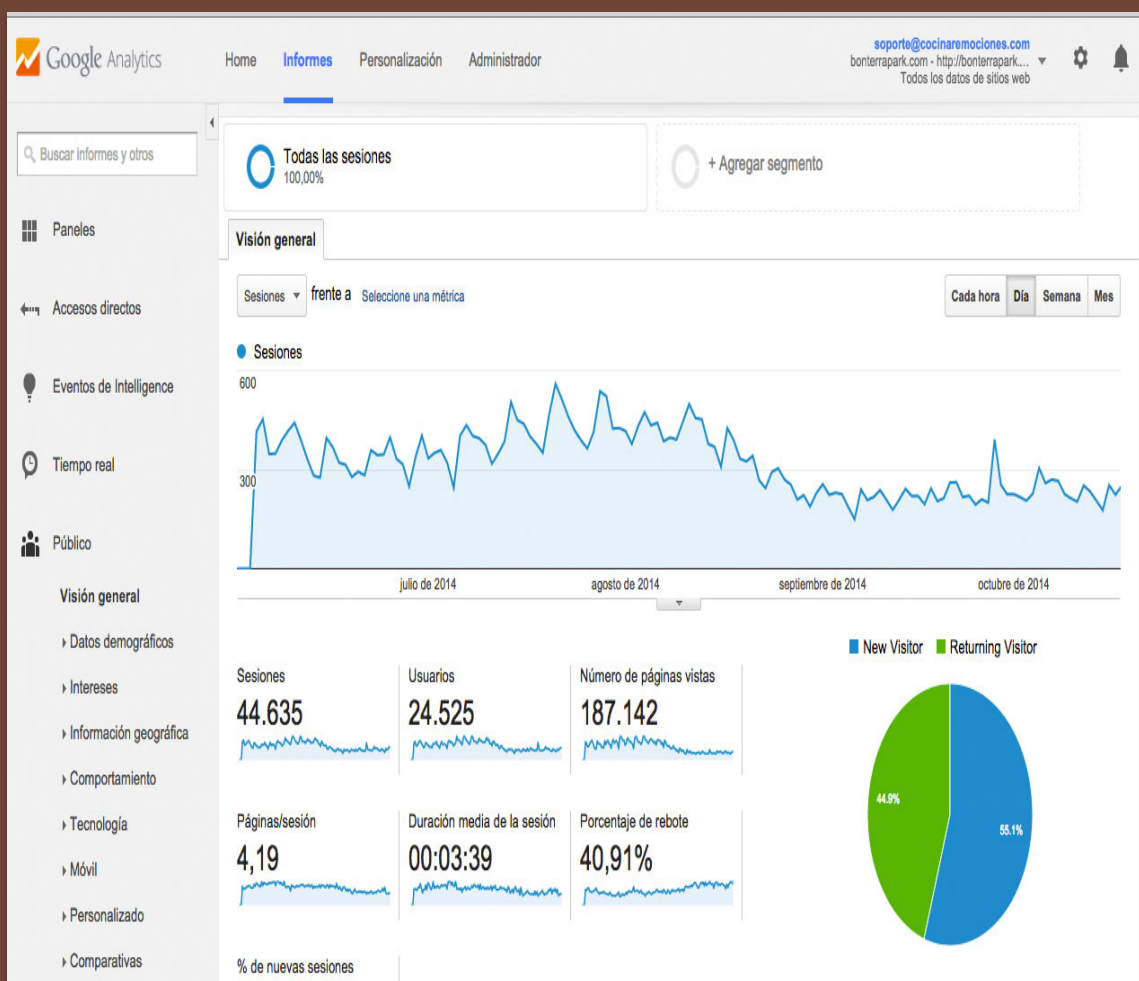


- Create, optimize, and promote content to fill the top of your sales and marketing funnel with more website traffic and leads. **Companies who create, optimize and promote their blogs get 55% more traffic and 70% more leads than those who don't.**
- The middle of the funnel is all about converting traffic into prospects and leads, then nurturing them to make it more likely they will become customers. **You do this by using landing pages, blogs, conversion forms, email marketing and social media.**
- Measuring your successes (and failures) is the only way to know what marketing activities are working for you. **Analytics help you track and measure how many visits, leads and customers each campaign generates.**

GOOGLE ANALYTICS

NIBBLER TESTING

## ANÁLISIS USUARIOS



## VALORACIÓN TÉCNICA



## MEJORA DE PROCESOS Y FIDELIZACIÓN

Todo el esfuerzo debe ir encaminado a mejorar el proceso de comunicación y venta, mejorar la eficiencia de la herramienta y la rentabilidad de la empresa, así como nuestra imagen de marca y la capacidad de servicio de cara al cliente ( fidelización )

“No hay mayor  
compromiso profesional,  
que el compromiso  
personal ”

Muchas gracias,

**Jorge Durán** · Director

**cocinaremociones**  
E M A R K E T I N G