

# Marketing y Comercialización

## El plan de marketing

Dra. Blanca García Gómez

14 de octubre de 2016



Universidad de Valladolid

CET

FACULTAD de CIENCIAS EMPRESARIALES y del TRABAJO de SORIA

Cámara  
Soria



Junta de  
Castilla y León

Consejería de Economía y Hacienda

# Qué es marketing? Que entendemos por marketing de servicios?

## Análisis de la situación. Marketing Estratégico

Análisis Interno

Análisis Externo

Análisis DAFO

## Delimitación de objetivos y estrategias

## El programa de marketing mix. El lado operativo

Producto

Precio

Comunicación promocional

Distribución

## Ejecución y control



Verdadero concepto de mk



CET

*Marketing de servicios es un conjunto de actividades que tratan de crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas de servicios con valor para los consumidores, clientes, asociados y para la sociedad en general*

BIENES

VS

SERVICIOS

CET

COMPLEJIDAD DE LOS SERVICIOS

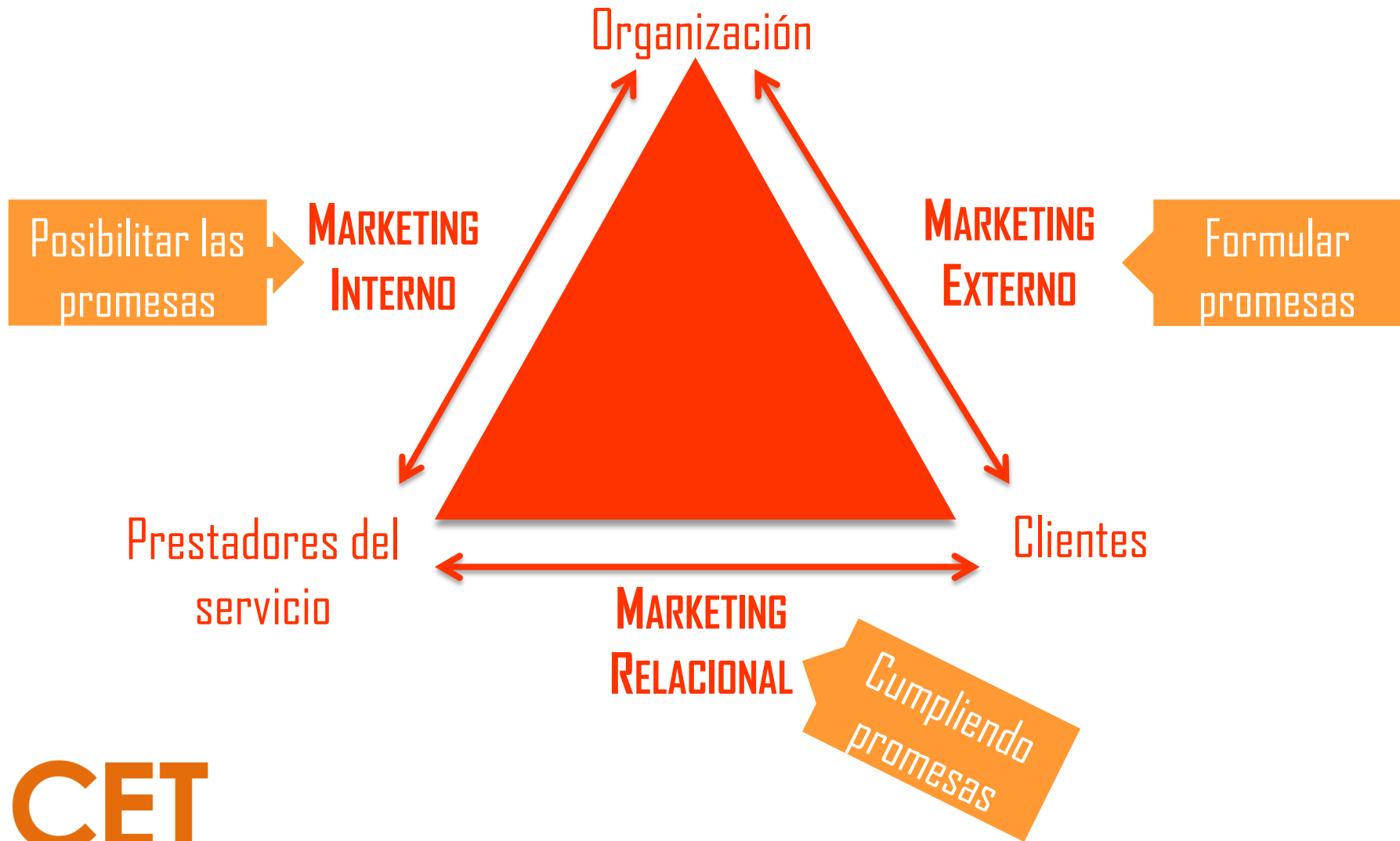


# COMPLEJIDAD DE LOS SERVICIOS

No almacenables

Inseparables

Homogeneidad en la prestación



## Marketing de Transacciones

- Orientado a la venta
- Centrado en características del producto
- Visión a corto plazo
- Poco servicio al cliente
- Escaso compromiso con el cliente
- Moderado contacto con clientes
- Calidad=Problema productivo

## Marketing de Relaciones

- Retención y fidelización
- Centrado en los beneficios del producto
- Visión a largo plazo
- Elevado servicio al cliente
- Elevado compromiso con el cliente
- Mucho contacto con los clientes
- Calidad=problema global de la organización



Enfoque  
transaccional  
Marketing 1.0

Enfoque  
relacional  
Marketing 2.0

Enfoque  
global 360°  
Marketing 3.0



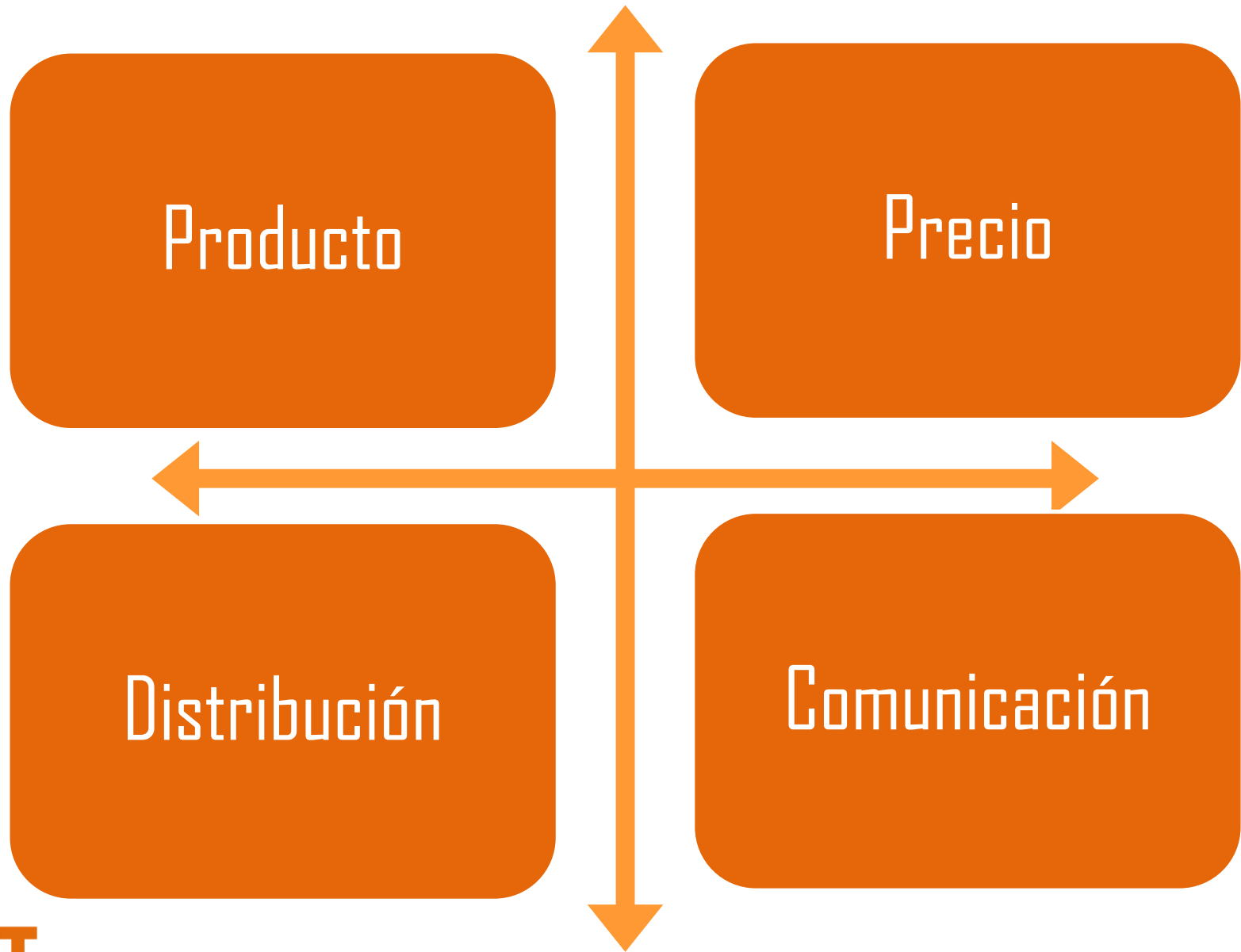


¿Cuál elegir en el servicio que nos ocupa?  
¿Porqué?

**CET**

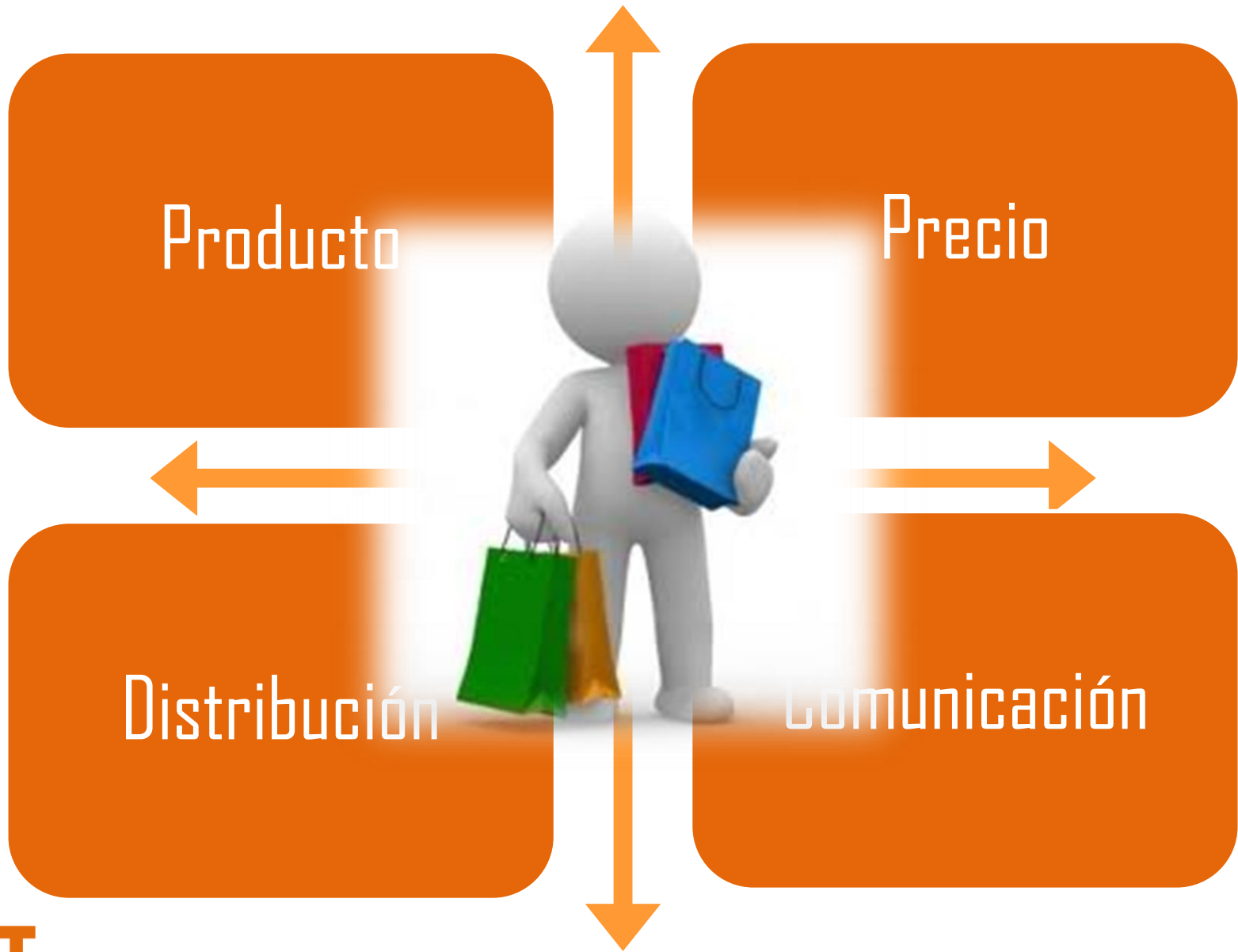


**CET**



**CET**





**CET**



DIVERXO

EL XOW  
*Dabiz*

Cómo reservar mesa  
en Diverxo, el único  
restaurante con  
3 Estrellas Michelin  
en Madrid



# El Análisis de la situación. Marketing Estratégico

¿Cómo estamos cuando llegamos a un lugar nuevo?

¿Y cuando nos dan el teléfono nuevo?

¿Y cuando comenzamos en un nuevo trabajo?

...




Exactamente igual que cuando decidimos montar un negocio o lanzar un nuevo producto o adentrarnos en un nuevo mercado

Se trata de situaciones desconocidas que nos obligan a plantearnos ...



¿DÓNDE ESTOY?



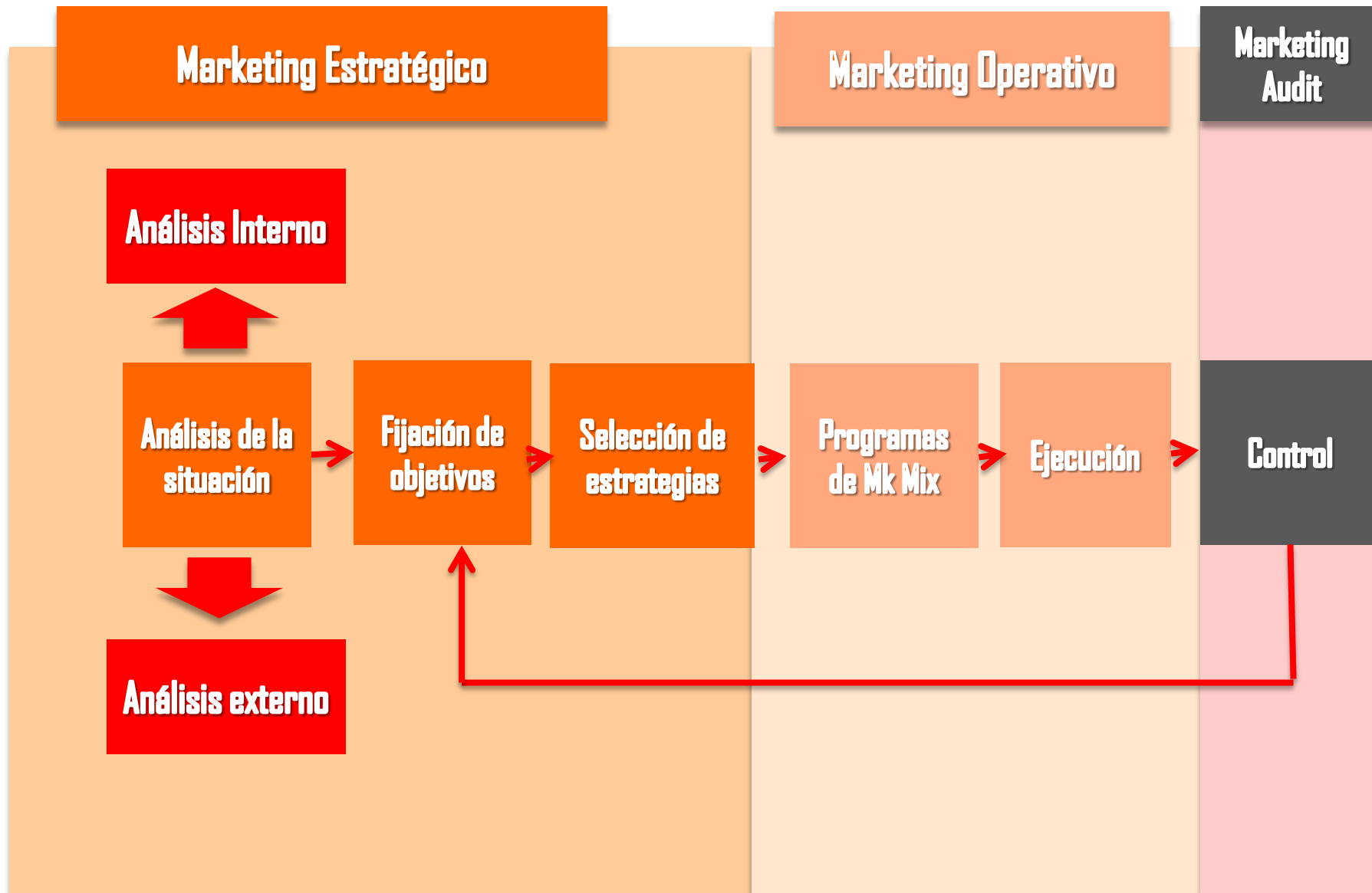


Porque para  
llegar necesito  
saber  
Dónde estoy  
Y dónde quiero  
llegar



Solo así  
podré pensar  
en poner los  
medios para  
alcanzar la  
meta

CET





# ¿Porque es importante conocer el entorno?

"En la lucha por la supervivencia, el más fuerte gana a expensas de sus rivales debido a que logra adaptarse mejor a su entorno"

*(Darwin)*



# PESTEL

## Político

¿Existen normas de la Administración, directrices políticas, etc que interfieran en la actividad que pretendo desarrollar en mi negocio?

¿Hay normas que estimulan/frenan satisfacer la necesidad que yo atiendo con mi negocio?

# PESTEL

## Económico

¿En qué momento estamos?

¿Hay confianza en el futuro?

¿Los consumidores están dispuestos a invertir?

# PESTEL

## Sociocultural

¿Qué relación hay entre mi negocio y los hábitos sociales y culturales?

¿Qué necesidad pretendo satisfacer?

¿Es importante para el conjunto? ¿Y para el consumidor?

# PESTEL

## Tecnológico

¿Qué repercusión tienen los cambios tecnológicos en mi empresa?

¿A qué áreas afecta?

¿Desfasa la tecnología mi negocio?

# PESTEL

**E**cológico

¿Qué repercusión ambiental tiene mi negocio?

**P**olítico

Normativa legal que afecta a mi negocio

# DAFO

INTERNO



EXTERNO



Legal

Legislación general  
Legislación especial de bebidas alcohólicas  
Conservación de los productos  
Sanidad e higiene, etc

Económico

Situación de crisis global (reducción de salarios, incremento del desempleo, futuro incierto, presiones externas, dificultad de acceso al crédito, etc)  
Reducción del consumo fuera del hogar (HORECA)

Social

Consumidor informado  
Incremento del snobismo  
Hábito de sociabilización  
Innovación con los menus-experiencia  
Formación de personal  
Equipamiento, internet de las cosas

Tecnológico

Ecológico

Comportamiento ecológico (uso de material reciclable, etc)

ET

## FORTALEZAS

- ▲ Innovador
- ▲ Marca sólida
- ▲ Modernidad
- ▲ Formación e imagen del restaurador
- ▲ Proceso productivo totalmente controlado

## DEBILIDADES

- ▲ Tamaño pequeño
- ▲ Dificultad para competir en precios

## AMENAZAS

- ▲ Actual crisis económica
- ▲ Disminución del hábito de comer fuera
- ▲ Pérdida de poder adquisitivo de los consumidores
- ▲ Incremento de la oferta
- ▲ Elevada influencia de los líderes de opinión sobre los gustos de los consumidores
- ▲ Endurecimiento de las sanciones por alcoholemia

## OPORTUNIDADES

- ▲ Consumidor cada vez más informado y exigente
- ▲ Apertura de nuevos mercados e incremento de la demanda

# Entorno Específico



Clientes



Competencia



Proveedores



# Entorno Específico



# Entorno Específico



# Entorno Específico



# Segmentación del Mercado

## Posicionamiento Estratégico

# Heterogenidad de la demanda



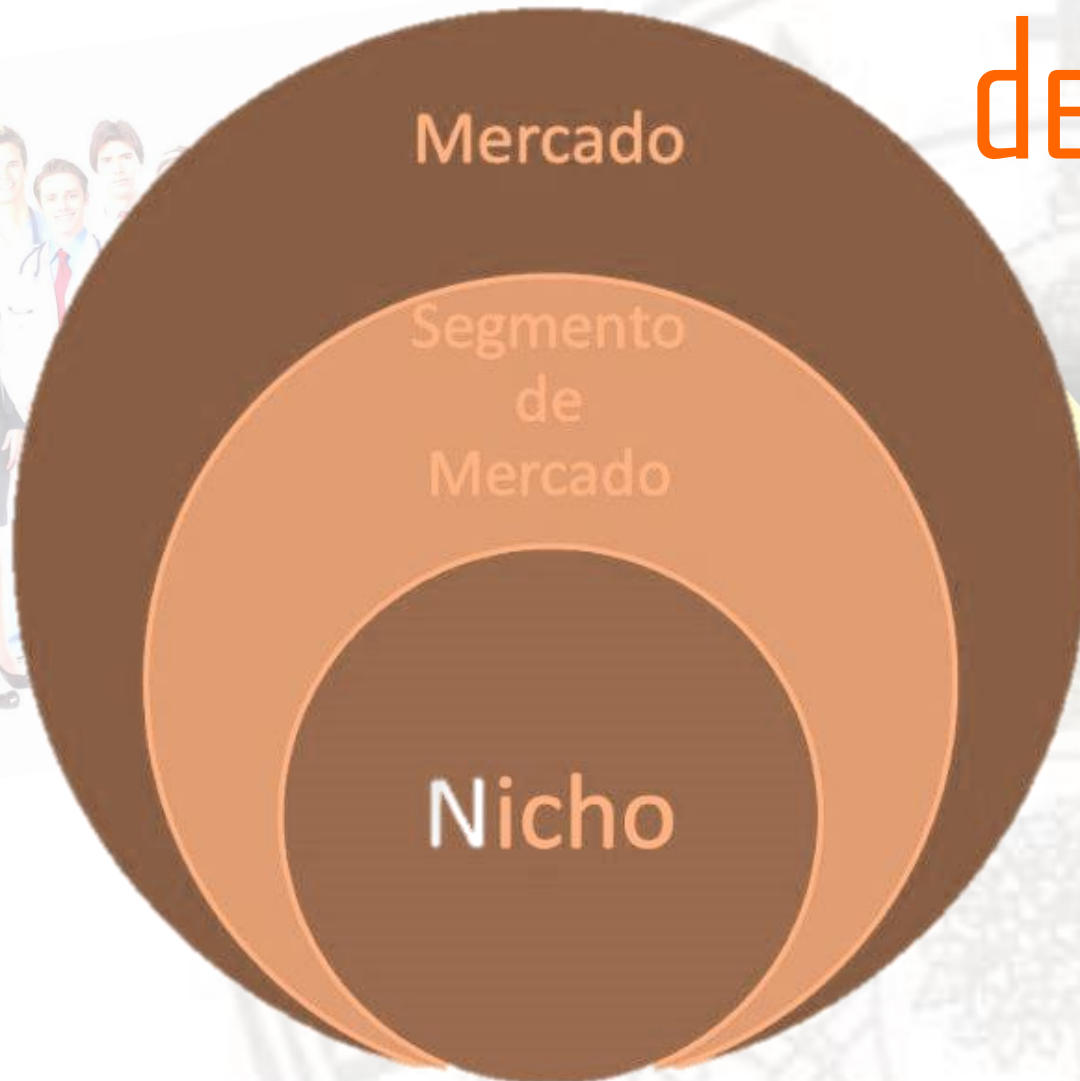


# Heterogenidad de la demanda



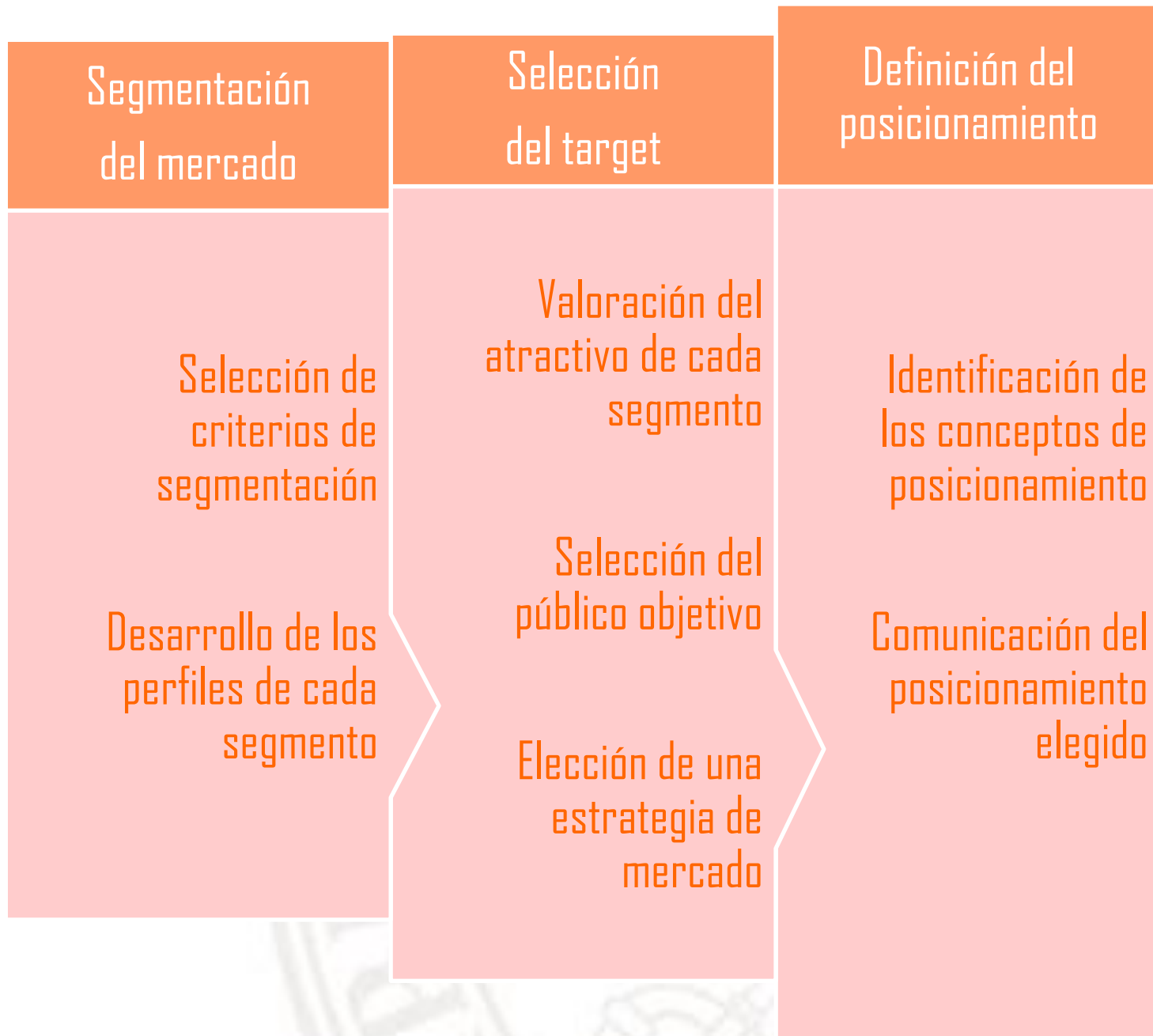
No sirve el mismo traje para todos los  
consumidores!!!!!!

# Heterogenidad de la demanda



El cliente busca un producto que  
satisfaga sus necesidades  
Ello muchas veces implica  
customización





# VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

## Demográficas



## Geográficas



## Psicográficas



## Otras

Conductual: beneficios buscados, tasa de uso, etc



# Ejemplos segmentación

Akelarre



DiverXO



RESTAURANTE  
**BALUARTE**  
*Óscar García*

**CET**

# Ejemplos segmentación

## La Parrilla de San Lorenzo



## Mesón Castellano





# Ejemplos segmentación





# Ejemplos segmentación



# Estrategias de segmentación



Concentrada

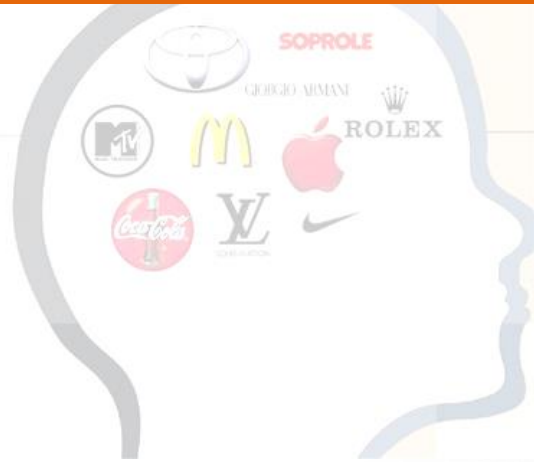


Diferenciada



Indiferenciada

CET



# Posicionamiento Estratégico



# Posicionamiento Estratégico

Determinación de los atributos principales con respuesta diferenciada del consumidor



Posición que ocupan los competidores



Elección del posicionamiento más adecuado



Diseño del mix adecuado para comunicar al mercado



El único gimnasio de Soria con  
rocódromo propio



Tu objetivo es nuestro reto  
Lo importante eres tú

Tu gimnasio en Soria  
Disfruta del deporte y elige tu centro  
favorito cada día

**SE FITNESS**



Life is to be strong  
Life is to be fit

**CET**

# Entrenamiento integrado y equilibrado desde un punto de vista saludable



CET

Yoga Adultos



Clases de yoga adultos en Soría

Yoga Turnos



Falleres



Encuentra lo que buscas

Buscar:



Próximos eventos

There are no upcoming events.

Add

View Calendar

# El Producto y sus Atributos

## La Calidad de Servicio

# Tangible

"Un bien es aquél producto tangible capaz de satisfacer necesidades"

# Intangible

"Un servicio es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no puede vincularse a un producto físico"



Los servicios son más complicados de vender que los bienes

...

**CET**



**Un servicio es un producto de elección**

**Proceso de compra  
complejo**

**Acopio de información**

**Comparación y  
evaluación**



**CET**

**DECISIÓN DE COMPRA**

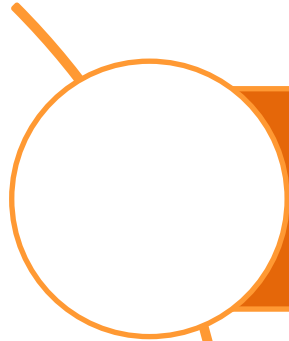
# COMPLEJIDAD DE LOS SERVICIOS

No almacenables

Inseparables

Heterogeneidad en la prestación

# COMPLEJIDAD DE LOS SERVICIOS: LA VALORACIÓN DEL CLIENTE



Atributos de búsqueda: se pueden identificar antes de consumir un producto (empaque, color, estilo, situación, escaparate, etc)



Atributos de experiencia : atributos que se pueden identificar después de consumir un producto (horarios, puntualidad, olor, trato, acogida, etc)



Atributos de creencia: atributos imposibles de evaluar (el usuario recurre a los servicios de un abogado que le informa de la adecuación de presentar una demanda judicial, la utilidad de la formación recibida, etc)



Un centro de estética presta un servicio acompañado de bienes tangibles

CET

## ¿Qué es la calidad?



# CET

¿Quién decide qué es la calidad?



CET

Un producto es de calidad si cumple las expectativas del cliente





Las deficiencias  
surgen porque las  
percepciones que la  
dirección tiene sobre  
las expectativas del  
cliente son diferentes  
a los deseos reales  
de los mismos

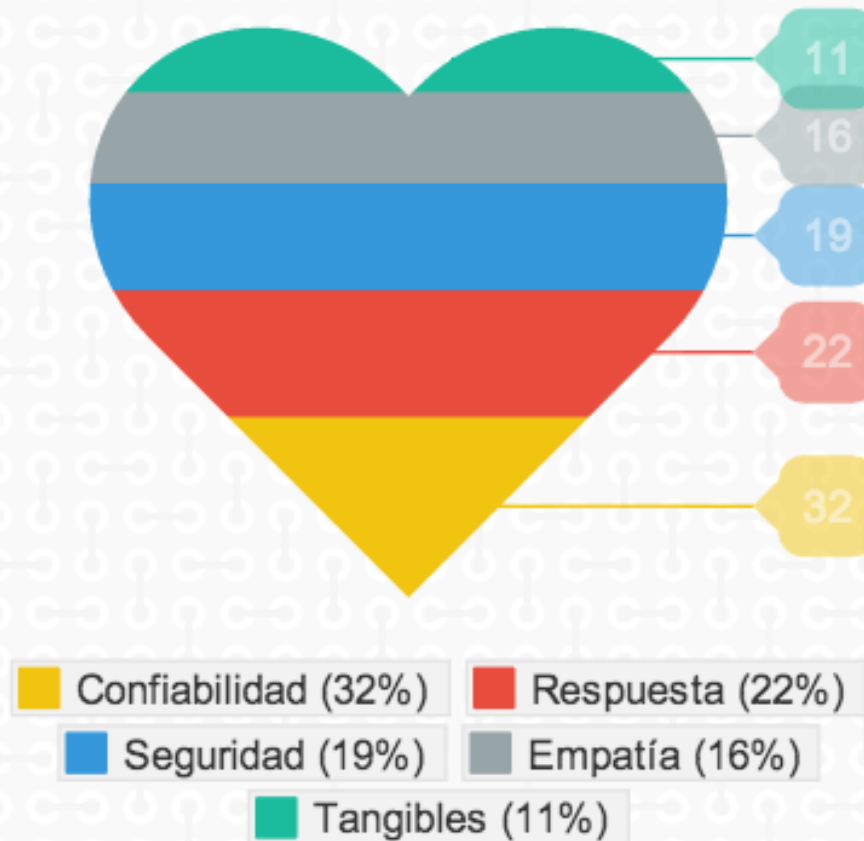
**CET**



## DIMENSIONES DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO



## ¿Qué le importa a los Clientes?



¿Sabías que el cerebro racional sólo participa en el 3% de las decisiones de compra?



**CET**

¿Sabías que un porcentaje superior al 60% de la gente compra un producto porque recibe un buen servicio?

Sólo al resto le preocupa más el producto



**CET**

“En la fábrica hacemos productos,  
en la tienda vendemos esperanza”

REVLON®

CET

“Creamos software para hacer tu  
trabajo más fácil y rentable”  
Artesanía tecnológica adaptada al  
cliente



CET

¿Sabías que un porcentaje superior al 50% de los abandonos se deben a un mal servicio y no a un mal producto?



**CET**





“El verdadero negocio de cualquier empresa es crear y mantener a sus clientes”

**CET**

**Peter Drucker**

Es el momento de aclarar las

cosas:

¿es lo mismo cliente y  
consumidor?



CET

Es el momento de aclarar las

cosas:

¿es lo mismo cliente y

consumidor?



**NO**

**CET**

La diferencia está en la FIDELIDAD!!!

*Es*  
*muy*  
**IMPORTANTE**  
*tener*  
*clientes*  
*leales*  
*porque:*  
**CET**

son menos sensibles al precio

son menos sensibles a las acciones de marketing de la competencia

suponen una ventaja competitiva para la empresa

generan un "boca-oreja" positivo, son los mejores prescriptores,  
"advocates"

contribuyen a generar un mayor volumen de ventas, consecuentemente,  
mayores beneficios ( $\Delta=100\%$  reteniendo tan solo un 5% más de clientes)

ayudan a crear barreras de salida

generan menores costes en marketing y publicidad

¿qué diferencia  
hay entre: amor  
verdadero, amor  
platónico y amor  
falso???



**CET**



NO OÍSTO DE PENSAR EN TI

## REPETICIÓN DE LA COMPRA

**ACTITUD  
RELATIVA**

**Alta**

**Baja**

**Alta**

**Baja**

**Lealtad  
verdadera**

**Lealtad  
latente**

**Lealtad  
Espuria**

**No lealtad**



**El cliente recibe más de lo que espera  
Se siente a gusto**

**L  
E  
A  
L  
T  
A  
D**

**CET**

**Cafetería  
Arenal**

# Para lograr esta respuesta del cliente tenemos una herramienta clave



**CET**







# A tener en cuenta

El servicio al cliente hay que cuidarlo antes incluso de que éste entre en el establecimiento





# A tener en cuenta

El servicio al cliente hay que cuidarlo antes incluso de que éste entre en el establecimiento

La primera impresión es la que queda



CEI



# A tener en cuenta

El servicio al cliente hay que cuidarlo antes incluso de que éste entre en el establecimiento

La primera impresión es la que queda

Crear el clima adecuado a cada cliente: empatía





# A tener en cuenta

El servicio al cliente hay que cuidarlo antes incluso de que éste entre en el establecimiento

La primera impresión es la que queda

Crear el clima adecuado a cada cliente: empatía

Usar las neuronas espejo

E  
S  
C  
Ú  
C  
H  
A  
L  
E

*Si le escuchas obtendrás  
la información necesaria  
para hacer las cosas  
bien!*



CET

E  
S  
C  
Ú  
C  
H  
A  
L  
E

*Recuerda que tenemos  
UNA boca para hablar y  
DOS oídos para  
escuchar*



CET

# Te darás cuenta de que

Todos los clientes **NO** son iguales: venta adaptable

Todos los clientes **NO** son fidelizables

Todos los clientes **NO** forman parte de mi objetivo comercial

Unos pocos clientes generan la mayor parte de los beneficios de la  
empresa

# CET

# Es importante recordar que

No debes avasallar al cliente

La apariencia es importante

La discusión no es una opción

Hemos de ser flexibles



Según un estudio de la Universidad de Wharton en Pensilvania, crear una BUENA EXPERIENCIA DE COMPRA hace que **LOS CLIENTES SATISFECHOS VUELVAN EN UN 75% DE LOS CASOS**



Además, el **80% DE LOS CLIENTES SATISFECHOS** por la experiencia de compra **RECOMENDARÁN EL ESTABLECIMIENTO A 4 O 5 personas más**

**CET**

# El momento de la verdad o gestionar adecuadamente la experiencia con el cliente

Tener a cargo un servicio y hacerlo mal en el eslabón que te corresponde en la cadena de experiencia del cliente, probablemente esté borrando de su mente todos los recuerdos de un buen trato que hasta ahora había tenido y viceversa

EL MOMENTO DE LA  
**VERDAD**



Gestionar bien el servicio es sinónimo de hacer que la mayor cantidad de momentos de la verdad salgan bien

Y si, a pesar de todo, fallo?

Y si el cliente no queda satisfecho?



**CET**

Un cliente insatisfecho lo cuenta a un  
promedio de 12 personas!!!!



**CET**

Pero, todavía podemos tener una  
oportunidad ...



**CET**



Quizás el cliente  
quiera, a pesar  
de todo,  
hacerme un  
regalo en forma  
de QUEJA!!

**CET**

“Detalles que brillan por su ausencia”



CET



“Rectificar es de sabios”



CET



# "La encargada desconfiada"



**CET**

# Facilitemos la queja del cliente!!



CET

# No olvides recompensar al cliente leal: SE LO MERECE



No abuses de los descuentos

Emplea los intangibles

Usa recompensas eficientes

Mantén el interés

No todos los clientes son iguales, no todos  
responden al mismo tipo de recompensas

# El logotipo

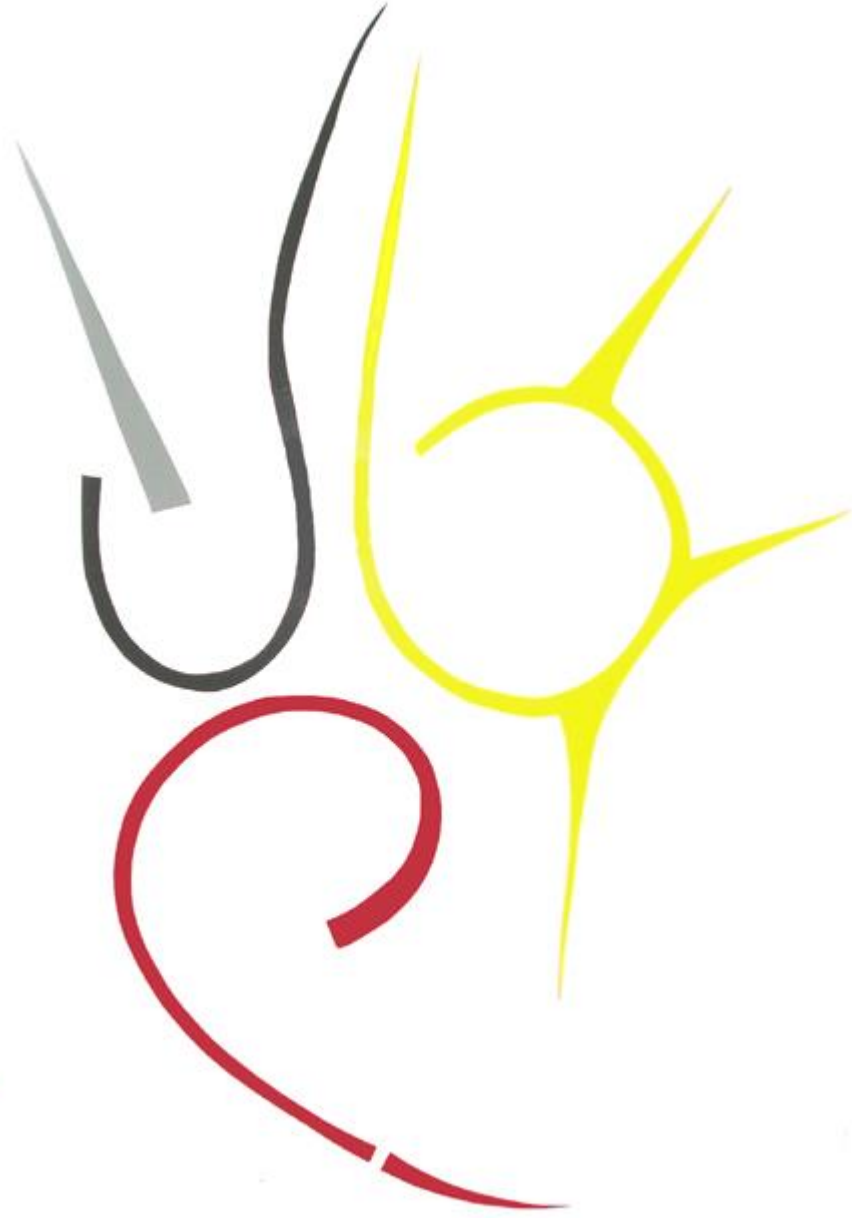


CET

# El logotipo



*Santa Bárbara* **Soria** 2000



## El logotipo





# El logotipo



# El logotipo





El logotipo



El logotipo

	<p>Caliente Pasión Amor Rebeldía</p>	<p>Poderoso Sexo Radical Estimulante</p>	<p>Excitación Espontáneo Diabólico Sexy</p>	
	<p>Cálido Otoño Verano Retro</p>	<p>Solar Amigable Rococo Invitación</p>	<p>Meloso Campo</p>	
	<p>Solar Feliz Alegria Verano</p>	<p>Diversión Energía Juventud Sol</p>	<p>Amigable Jubiloso</p>	
	<p>Ambiente Dinero Natural Orgánico</p>	<p>Ganancia Terrenal Crecimiento Confianza</p>	<p>Celos</p>	
	<p>Liberal Frío Inteligencia Progreso</p>	<p>Lanzamiento</p>	<p>Verdad Libertad Lealtad Medicina</p>	
	<p>Real Místico Victoriano Decadente</p>	<p>Vanidad Romantico Elegante Estilo</p>	<p>Sensual Ecléctico</p>	
	<p>Rústico Muebles Otoño Terrenal</p>	<p>Campo Biblioteca Cálido Romántico</p>	<p>Colonial Libros</p>	

color-es.net

# Naming

- Fácil de leer y pronunciar
- Fácil de recordar
- Evocador de producto
- Registrable



NUMANGUERRIX

PRE  
IAL  
TAL

telepizza®

CET





# Naming

Fácil de leer y pronunciar  
Fácil de recordar  
Evocador de producto  
Registrable



# CET



# Estrategias de Marketing para Servicios

**CET**

Incrementar la utilidad  
con servicios adicionales

en un gimnasio servicio de  
fisioterapia, entrenador personal



Facilitar el uso del tiempo

Bonos a usar en diferentes momentos, ampliación de horarios, atención vía Internet para dietas, etc

*miSport.*  
MEJORADA

#### AMPLIACIÓN DE HORARIOS DE GIMNASIO

A partir del próximo 1 de Noviembre los ABONADOS *miSport* podrán también disfrutar de la sala fitness los Sábados (15:00-20:30) y los Domingos (9:00-20:30) según su tipo de tarifa horaria. La sala estará disponible sin la supervisión de un entrenador. Esperamos que disfruten del nuevo servicio. Gracias

Ampliar la utilidad del lugar

Clases en streaming





Elevar el movimiento del local

Alianzas



**GalleryGym**

17 h · 🌐

Estamos trabajando para ofrecer una actividad de pilates a partir de octubre para recién mamas. Y, con quien mejor que con Mercedes del Río Fotografía vamos hacer un tandem perfecto de salud y felicidad.

\* Para más información en nuestras instalaciones, a través de FB o en el 629937868 (contestamos WhatsApp).

#elsemillerounefuerzas Semillero de proyectos de Soria

**Una combinación 10**

**GALLERY GYM**

**Mercedes del Río FOTOGRAFÍA**

Para asistentes al Curso Pilates Postparto  
10% dto. en reportajes con Mercedes del Río Fotografía

Para clientes 10% dto. en actividad Pilates Postparto

CET

Proveer adecuadamente  
la seguridad del cliente

Vigilancia, garantías, etc



**CET**

Tangibilizar el servicio

Merchandising, testimonios, blog, etc





# El Precio y sus Estrategias

**CET**

**“El precio es el montante de dinero que debo entregar a cambio de un bien o servicio”**

**También puede considerarse como parte del precio el conjunto de sacrificios a realizar para conseguir el bien o servicio deseado**





Clase de servicio	Denominación del precio
Agente de ventas	Comisión
Alquiler	Renta
Autopista	Peaje
Cine, teatro, etc	Entrada
Compraventa de valores	Corretaje
Enseñanza	Matricula
Medico	Honorarios
Peluquería	Precio
Pertenencia a un club	Cuota
Préstamo de dinero	Interés
Remontes esquí	Forfait
Seguro	Prima
Transporte marítimo	Pasaje

¿Es caro un gimnasio cuya cuota es de 200 euros al mes?

¿Es barato un gimnasio cuya cuota es de 20 euros al mes?

¿Es caro un gimnasio cuya cuota es de 200 euros al mes?

¿Es barato un gimnasio cuya cuota es de 20 euros al mes?

**DEPENDE**

**CET**



Depende de la utilidad que le reporte al individuo



El precio es una herramienta de gran interés

Influencia directa  
sobre el beneficio

$$Bfo = p * q - cv * q - CF$$

El precio es una herramienta de gran interés

Influencia directa  
sobre el beneficio

Arma frente a la  
competencia



# El precio es una herramienta de gran interés

Influencia directa sobre el beneficio

Arma frente a la competencia

Símbolo de imagen



# El precio es una herramienta de gran interés

Influencia directa sobre el beneficio

Arma frente a la competencia

Símbolo de imagen

Permite comparaciones



# El precio es una herramienta de gran interés

Influencia directa sobre el beneficio

Arma frente a la competencia

Símbolo de imagen

Permite comparaciones

Resto

Mk Mix

# FACTORES QUE CONDICIONAN LAS DECISIONES DE PRECIOS

## INTERNOS

Objetivos de Marketing  
Programa de Marketing Mix  
Costes

## EXTERNOS

Demanda  
Estructura competitiva del mercado  
Comportamiento de agentes afectados  
Ciclo de vida del producto  
Marco legal

# CET

# EL PRECIO EN EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

Satisfacción a la  
que se aspira

The diagram consists of two large orange arrows pointing towards each other, meeting at a central point. Below this meeting point is a smaller, light pink arrow pointing downwards. The text 'Satisfacción a la que se aspira' is written in white inside the left orange arrow.

Sacrificio a  
realizar

The text 'Sacrificio a realizar' is written in white inside the right orange arrow.

VALOR PERCIBIDO

ELECCIÓN SOBRE LA MEJOR RELACIÓN

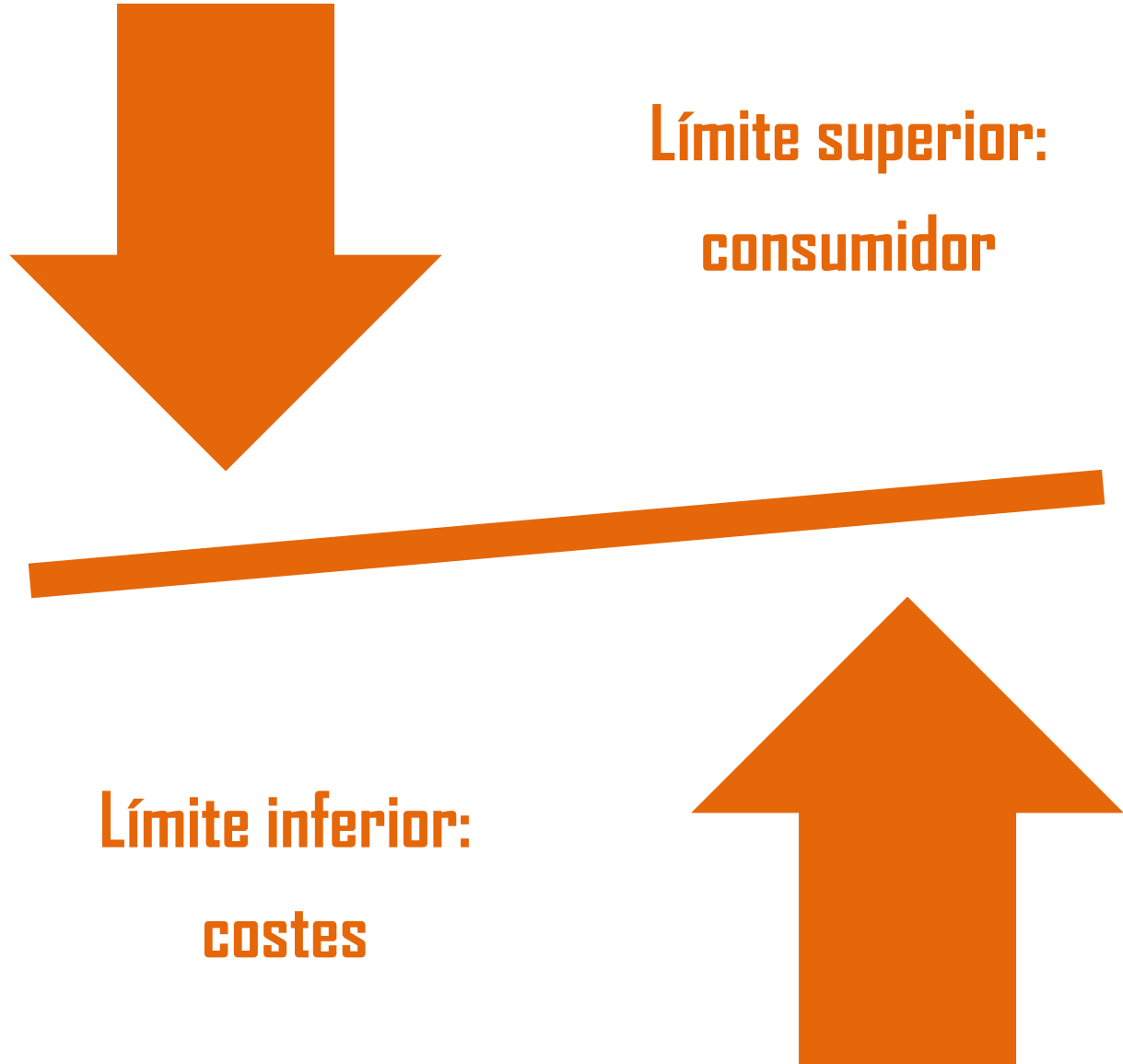
VENTAJA-COSTE

CET



**CET**

**Posicionamiento  
deseado**



No hay demanda

Precio  
Más Alto

Consumidor

Límite Superior

Competencia

Costos

Límite Inferior

No hay utilidad

Precio  
Más Bajo

# Los costes como medio de fijación de precios

Precio límite

Precio técnico

Precio objetivo



Coste variable



Coste fijo+coste variable



Añadir un margen de beneficio

# Los costes como medio de fijación de precios: RIESGOS

Si el mercado está en expansión



Precios demasiado bajos

Si el mercado está en recesión, maduro o en declive



Precios demasiado altos

# La competencia, otro elemento a considerar en la fijación de precios



Precios a nivel corriente



Precios a nivel marcado por el líder



Precios en función del posicionamiento competitivo deseado



# Principales errores en la fijación del precio



Pensar en el corto  
plazo

Postergar las subidas  
de precios

No manejar el factor  
riesgo para el cliente

# Precios de descremación

Atacar diferentes segmentos de mercado  
Ciclo de vida corto  
Producto rápidamente imitable  
Entrada de competidores = reducción del precio

Samsung  
GALAXY S



CET

# Precios de descremación

Atacar diferentes segmentos de mercado  
Ciclo de vida corto  
Producto rápidamente imitable  
Entrada de competidores = reducción del precio

CET

MANGO



# Precios de prestigio

Precios altos

Reducida cuota de mercado

Alta fidelidad a la marca

Demanda muy rígida



CET

# Precios de penetración

Precios muy bajos  
Elevadas cuotas de mercado  
Economías de escala  
Elasticidad de demanda en relación al precio

**n u e z**

Una idea Bankinter

**CET**

# Precios flexibles



**easyJet**

**CET**

# Precios flexibles, dinámicos o 2.0



Las nuevas tecnologías están permitiendo manejar diferentes variables para establecer un precio... la demanda, la fecha de caducidad, el comportamiento individual de un consumidor, la proximidad, etc

**CET**

# Precios flexibles, dinámicos o 2.0



La aparición de los programas de fidelización, basados en históricos de transacciones, los consumidores han recibido ofertas puntuales

La capacidad de almacenar y analizar datos permite utilizar los precios como una palanca estratégica para llegar al cliente adecuado con el precio justo para que realice una compra

# Precios flexibles, dinámicos o 2.0



Podemos adquirir entradas para teatro, viajes, hoteles, etc  
a un precio muy bajo



**CET**

La empresa elimina  
stock

El cliente se beneficia de  
precios chollo

# Precios flexibles, dinámicos o 2.0



La reina de los precios bajos más dinámicos del mercado  
En su compromiso anima a los clientes a que les informen  
si ven los precios más bajos: reembolsan la diferencia

# CET

# Precios flexibles, dinámicos o 2.0



La reina de los packs: si compras una cámara no te pregunta si quieres una tarjeta, te ofrece el pack

Se ofrecen intangibles como seguros o garantías

# CET



# Precios flexibles, dinámicos o 2.0

12 designer

ebay



CE

El cliente puja por el producto

# Precios flexibles, dinámicos o 2.0

**buy·v!p**  
*we love brands*

No son sólo descuentos espectaculares  
Más bien ofertas puntuales con poco margen de tiempo para  
adquirirlas

Parten de un club de socios  
Emplean bonus de fidelización

**CET**

# Descuentos y bonificaciones

Descuento por pronto pago

Descuento por volumen, venta cruzada

Descuento funcional

Descuento temporada



**CET**

# Descuentos y bonificaciones

Descuento por pronto pago

Descuento por volumen, venta cruzada

Descuento funcional

Descuento temporada

Descuento en un segundo mercado

# Descuentos y bonificaciones



The banner features a purple and orange geometric background. On the left is the Carrefour logo. A navigation bar contains the links: INICIO, VENTAJAS, OTROS DESCUENTOS, and CÓMO CONSEGUIR LA TARJETA. Below this is a Twitter hashtag #TarjetaJovenCarrefour. The main content area lists benefits with icons: a shopping basket for fresh products, a smartphone for mobile app, a location pin for travel offers, and a fuel pump for club benefits. A central image shows the 'Tarjeta <30 Joven' card, which is 'Ex Gratis'. To the right, text states 'Tener menos de 30, también cuenta.' and 'Por eso, ahora tienes más ventajas.' with a '¡DESCÚBRELAS!' button. Social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram are at the bottom right.

Carrefour

Tarjeta <30  
**Joven**

INICIO VENTAJAS OTROS DESCUENTOS CÓMO CONSEGUIR LA TARJETA

#TarjetaJovenCarrefour

- Descuento del IVA en los Productos Frescos.
- 10% en contrato con Carrefour Móvil.
- Ofertas en Viajes Carrefour.
- Todas las ventajas de El Club Carrefour

Ex Gratis

Tarjeta <30  
**Joven**

Tener menos de 30, también cuenta.

Por eso, ahora tienes más ventajas.

¡DESCÚBRELAS!

f t i



# Precios psicológicos

**LOS PRECIOS MAGICOS**

**130cm 99,95€** <sup>30%</sup>  
**ZAFERINO CAMBIO AUTO BIELO**  
 PANTALLA DE BAMBÚ  
 CAPACIDAD PARA 20 PAJOS  
 CIERRE AMORTIGUADO  
 APERTURA POR PATA

**19,95€** <sup>30%</sup>  
**PERCHERO BIELO METAL CHIMARRA**

**99€** <sup>30%</sup>  
**ARMARIO VESTIR PAPA**

**84,95€** <sup>30%</sup>  
**ZAFERINO BIANCO**  
 CUBIERTA COMPLETA  
 CIERRE AMORTIGUADO  
 CUBIERTA CAPACIDAD

**44€** <sup>30%</sup>  
**CUBIERTA PVC BIELO**  
 CUBIERTA DE SEDA CAPACIDAD

**199€** <sup>30%</sup>  
**ARMARIO BIELO MONDIA**  
 CUBIERTA PARA TU PISO

**66,95€** <sup>30%</sup>  
**ZAFERINO BIANCO**

**23,95€** <sup>30%</sup>  
**ZAFERINO BIANCO**

**38,95€** <sup>30%</sup>  
**LED PHILIPS**  
 BOMBILLA DE BAJA CONSUMO  
 BOMBILLA DE BAJA CONSUMO  
 BOMBILLA DE BAJA CONSUMO  
 BOMBILLA DE BAJA CONSUMO

**54,95€** <sup>30%</sup>  
**LAMPARA GIGALLO**  
 BOMBILLA DE BAJA CONSUMO  
 BOMBILLA DE BAJA CONSUMO

**14,95€** <sup>30%</sup>  
**LED TUCAN**  
 BOMBILLA DE BAJA CONSUMO  
 BOMBILLA DE BAJA CONSUMO

**21,95€** <sup>30%</sup>  
**ZAFERINO BIANCO**

**10,50€** <sup>30%</sup>  
**VISUAL BARRIO LONDE**

**5,50€** <sup>30%</sup>  
**VISUAL TRABALLAS FLORA**

**119€** <sup>30%</sup>  
**ALFOMBRAS**  
 ALFOMBRAS  
 ALFOMBRAS  
 ALFOMBRAS

**13,45€** <sup>30%</sup>  
**ALFOMBRAS**  
 ALFOMBRAS  
 ALFOMBRAS  
 ALFOMBRAS

**LOS PRECIOS MAGICOS**

# Precios psicológicos





# Precios de lanzamiento

ÍNDICE RAZONES LOS PLANES

## Oferta lanzamiento

Si deseas unirte a esta excitante aventura que es Segovia un buen plan podrás beneficiarte de estas magníficas ofertas:



### OFERTA 1 AÑO



Para el primer año de suscripción

Para el primer año si perteneces a algún tipo de asociación relacionada con la hostelería o el turismo



### OFERTA PARA SIEMPRE

¡Pero hay más sorpresas! Si te suscribes antes del 1 de abril del 2014, en los planes Medio o Extra, te obsequiamos con un descuento para siempre del:



# Precios para productos opcionales

**1**   
**imagenio** »  
televisión digital  
cine  
fútbol  
series  
documentales  
noticias

**2**   
**ADSL** »  
24h/1Mb  
router WiFi *incluido*  
disfrute de todas  
las ventajas del ADSL  
de Telefónica

**3**   
**LLAMADAS**  
24h nacionales *gratis*

**trio imagenio** »  
*Telefónica*

Contrate **AHORA** Online  
y vea **GRATIS** los partidos  
de su equipo preferido

Todo por  
**1,16\*** €/día  
34,90 €/mes

# Precios para productos cautivos



# Precios para por dos conceptos



CET

# Precios por lotes



CET



# Precios por lotes

## Tarifas

Programa 5 días, 5 horas al día

Las tarifas para el programa "todo el día" son:

- 50 € de matrícula no reembolsable.
- 125 € semanales para niños entre 18 meses y 3 años.
- 115 € semanales para niños entre 3 y 5 años.

Programa 3 días a la semana

Las tarifas para el programa "lunes-miércoles-viernes" son:

- 50 € de matrícula no reembolsable.
- 96 € semanales para niños entre 18 meses y 3 años.
- 90 € semanales para niños entre 3 y 5 años.

## Horarios

Las aulas de preescolar permanecen abiertas de lunes a viernes, de 6:30 a.m. a 6:30 p.m. Fuera del horario establecido se cargará una tasa de 1€/hora.

## Cómo matricularse

El periodo de matriculación tiene lugar cada mes de marzo previo al inicio del curso escolar. Debe realizarse de manera presencial en la secretaría del propio centro. Para más información puede llamar al 343-3232 o visitar nuestra página web:

[www.anexo4.com](http://www.anexo4.com)

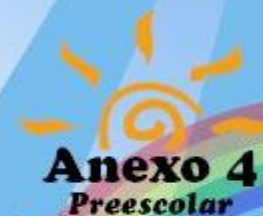


4321 c/Blablaba  
Ourense, 32005

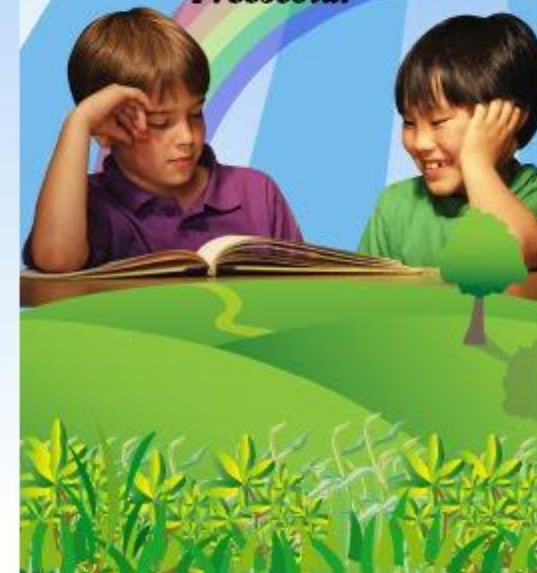
(988) 465 3214 - (988) 798 3219

[anexo4.blogspot.com](http://anexo4.blogspot.com)

La mejor manera  
de empezar a educar  
a tus hijos.



**Anexo 4**  
Preescolar





# La Comunicación Comercial y sus Herramientas

**CET**





*Transmisión de información entre personas, con un fin determinado, a través de diferentes medios*

Necesidad de dar a conocer la oferta de la empresa

La comunicación es parte de la cultura por lo que también los spots pasan de moda

Hay expresiones publicitarias que se han colado en el diccionario como michelin



Informar Persuadir Recordar

**CET**

**Crear un  
posicionamiento!!**

# Creciente necesidad de buscar la diferenciación en el intangible



Salud!!

CET

# Hay un incremento de la oferta de medios y soportes, lo que conlleva la fragmentación de audiencias



Cambios en los hábitos de los consumidores, preocupación por la salud, la estética, así como el uso creciente de medios digitales, permanentemente conectados



CET



# El emisor y la credibilidad de la fuente



CET



# El mensaje, tipos: Directo VS Indirecto

Directo VS  
Indirecto

Racional VS  
Irracional

Unilateral VS  
Bilateral



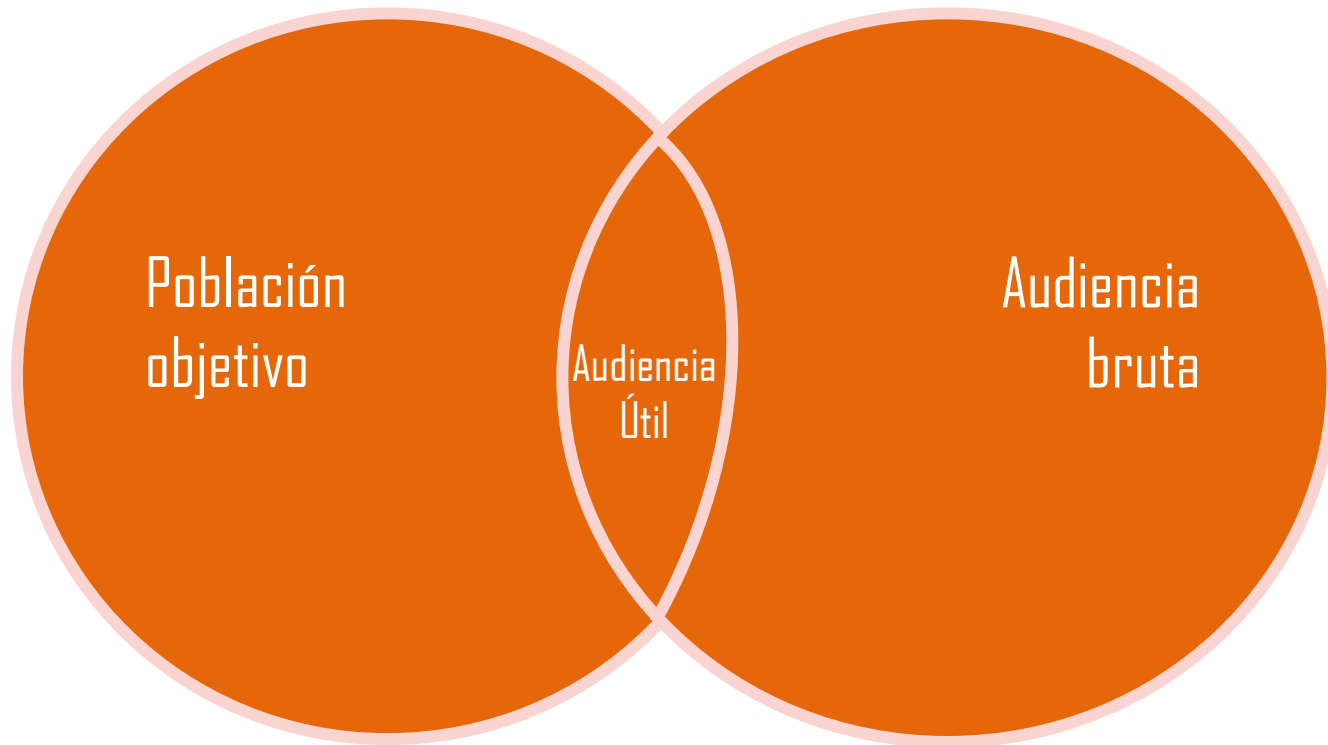
CET



# El mensaje: contenido, estructura, fuente, formato



# El receptor



# Perfil de los lectores de la revista HOLA

	Población adulta total (% vert.)	Lectores de "HOLA" (% vert.)
(Total 000)	34.817	2.389
<b>Sexo</b>		
Hombres	48,6	23,1
Mujeres	51,4	76,9
<b>Edad</b>		
14-19	8,0	5,5
20-24	8,7	7,9
25-34	19,2	20,2
35-44	17,9	18,0
45-54	14,6	15,9
55-64	11,6	12,1
65 +	20,0	20,4
<b>Clase social</b>		
Alta	6,9	11,0
Media Alta	14,6	18,7
Media Media	42,9	43,5
Media Baja	25,4	22,6
Baja	10,2	4,2
<b>Nivel de instrucción</b>		
No sabe leer	2,3	0,2
Sin estudios	8,2	4,2
Cert. Escolar/Primarios	13,7	11,4
EGB/Bachill. Elemental	36,1	37,6
BUP/COU/FP	25,9	29,0
Tit. Medio/Diplomado	6,3	8,0
Título Superior	7,5	9,6

Fuente: EGM 2002.

# El medio y el soporte



CET

Alcanzar el público al que quiero llegar!!!

# El medio y el soporte



*“Half the money I spend on advertising is wasted; the trouble is I don't know which half.”*

*- John Wanamaker,*

*father of modern advertising and a "pioneer in marketing."*

# Importante la selección adecuada

## Cuantitativa

Por la repercusión en el presupuesto y, por ende, en los costes

## Cualitativa

Gran cantidad de medios y soportes  
Fragmentación de la audiencia  
Complejidad de la selección

# Importante la selección adecuada

Above

---

Publicidad en medios  
convencionales, masivos, genérica

Below

Publicidad en medios no  
convencionales, minoritarios,  
adaptada a diferentes públicos

CET

# La prensa



Publicaciones superiores a tres veces/semana

Medio flexible: espacio/tiempo

Pocas limitaciones de formato

Medio frío: publicidad necesaria

Permite almacenar la información

Gran selectividad geográfica

Reducida calidad de imagen



# La prensa



 elMIRÓN de SORIA.es 

Diarios, revistas y prensa gratuita

Anuncios comerciales, comunicados, encartes o clasificados

# CET

# La radio



Único medio no visual

Gran potencial de transmisión de mensajes

Gran capacidad de adaptación por su flexibilidad

Medio muy accesible para PYMES

Gran capacidad de segmentación

Fugacidad de los mensajes: más repeticiones

# La televisión



Medio audiovisual de gran penetración

Sometida a una gran evolución: TV interactiva

Capacidad de selección geográfica pero no demográfica

Inmediatez, medio demostrativo

Spot, publisreportaje

# El cine



# Internet







# Herramientas de Comunicación offline

**CET**



Publicidad



Promoción de ventas



Marketing directo



Venta personal



Relaciones públicas

La publicidad es un proceso de comunicación que, de modo impersonal, remunerado y controlado usa los medios masivos para dar a conocer un producto, servicio, idea o institución



Puede ser colectiva para agrupar esfuerzos y generar sinergias



CET

# Puede ser corporativa o de producto

MEJORAR ES  
QUERER  
CAMBIARLO TODO.



Siete Cajas nos hemos unido para formar un nuevo banco.

[www.bankia.com](http://www.bankia.com)

Un nuevo banco con ganas de hacer las cosas como nadie

las ha hecho antes. Poco a poco pero con una enorme determinación.

Con los valores de siempre pero con nuevas y ambiciosas perspectivas.

Porque en banca, cambiar es posible. Nosotros ya hemos empezado.

# Bankia

EL PRIMER BANCO DE LA NUEVA BANCA



An advertisement for Iberdrola. The background shows several wind turbines against a blue sky with white clouds. In the foreground, a group of people in white outfits are performing a team-building exercise where they are standing on each other's shoulders to form a human pyramid. The Iberdrola logo is visible on the nacelle of one of the turbines. In the top right corner, there is a logo for 'ALICANTE 2008-2009 VUELTA AL MUNDO A VELA'. The text in the center reads: 'Un objetivo. Una visión. Y un equipo para hacerlos realidad. Iberdrola. Una manera de hacer las cosas.' The Iberdrola logo is also present in the bottom right corner.



# Puede ser corporativa o de producto

**JOVEN in VI TORNEO DE FÚTBOL INFANTIL**  
CAJA RURAL DE SORIA - C.D. SAN JOSÉ

Equipos participantes:

- C.D. NUMANCIA S.A.D.
- C.D. VALVANERA
- STO. DOMINGO JUVENTUD C.F.
- C.D. INTER VISTA ALEGRE
- C.D. SAN ESTEBAN DE GORMAZ
- C.D. SAN JOSÉ

6º TORNEO DE FÚTBOL INFANTIL  
CAJA RURAL DE SORIA - C.D. SAN JOSÉ  
En el "Campo de fútbol San Juan"  
(Garray- Soria)  
El sábado 24 de mayo de 2014  
A partir de las 09:45 horas

Organizan:

Colaboran:

50 ANIVERSARIO 1966 - 2016

miniolimpiadas in

**SORIA**  
2016

INSCRIPCIONES: Hasta el 24 de JUNIO

apúntate ya

Del 19 al 22 de JULIO en la PLAZA MARIANO GRANADOS  
HORARIO: consultar en [www.fdrbasket.es](http://www.fdrbasket.es) desde el día 15 de julio

BASES E INSCRIPCIONES: Oficina JOVEN-IN de Caja Rural de Soria (Avda. Mariano Vicén), Servicio de Deportes del Ayuntamiento de Soria. También puede descargarse de la página web de FDR BASKET ([www.fdrbasket.es](http://www.fdrbasket.es)), así como de las páginas web del resto de Clubs colaboradores.

Organizan: Colabora:

# CET

Puede ser corporativa o de producto



Multitransquilidad asegurada



**FONDOS  
PERFILADOS**

LOS FONDOS CON  
CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN

**CET**

# Puede ser corporativa o de producto

**1/6**  
 Este número es indicador del riesgo del producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

La Entidad está adherida al Fondo de Garantía de Depósitos Español de Entidades de Crédito. El Fondo garantiza los depósitos en dinero hasta 100.000 euros, por titular.

empieza el curso con la

**PATRULLA CANINA\***

*en marcha*

Ingresa 600 € en tu libreta y llévate este neceser con complementos.

SÓLO hasta el 14/10/2016  
 + INFO



Caja rural de Soria  
*estamos*

**Club Socio .es**

**CET**



# Puede ser corporativa o de producto

**1/6**  
 Este número es indicador del riesgo del producto, siendo 1/6 indicativo de menor riesgo y 6/6 de mayor riesgo.

La Entidad está adherida al Fondo de Garantía de Depósitos Español de Entidades de Crédito. El Fondo garantiza los depósitos en dinero hasta 100.000 euros, por titular.

empieza el curso con la

**PATRULLA CANINA\***

*en marcha*

Ingresa 600 € en tu libreta y llévate este neceser con complementos.

SÓLO hasta el 14/10/2016  
 + INFO



Caja rural de Soria  
*estamos*

**Club Socio .es**

**CET**

# Comparativa, cuidado!!!!



**Congratulations to Audi for winning  
South African Car of the Year 2006.**



**From the Winner of  
World Car of the Year 2006.**

All Audi models are built to the highest standards of safety and reliability. Audi is a leader in safety, offering a range of safety features, including air bags, ABS, ESP, and more. Audi is committed to providing a safe and secure driving experience. Audi is a leader in safety, offering a range of safety features, including air bags, ABS, ESP, and more. Audi is committed to providing a safe and secure driving experience. Audi is a leader in safety, offering a range of safety features, including air bags, ABS, ESP, and more. Audi is committed to providing a safe and secure driving experience.



# Publicidad exterior



Se realiza fuera de los edificios y en medios móviles

Lugares de acceso público

Impactar fuera del hogar

Elevada capacidad de impacto

Alta tasa de repetición

Flexible y polivalente

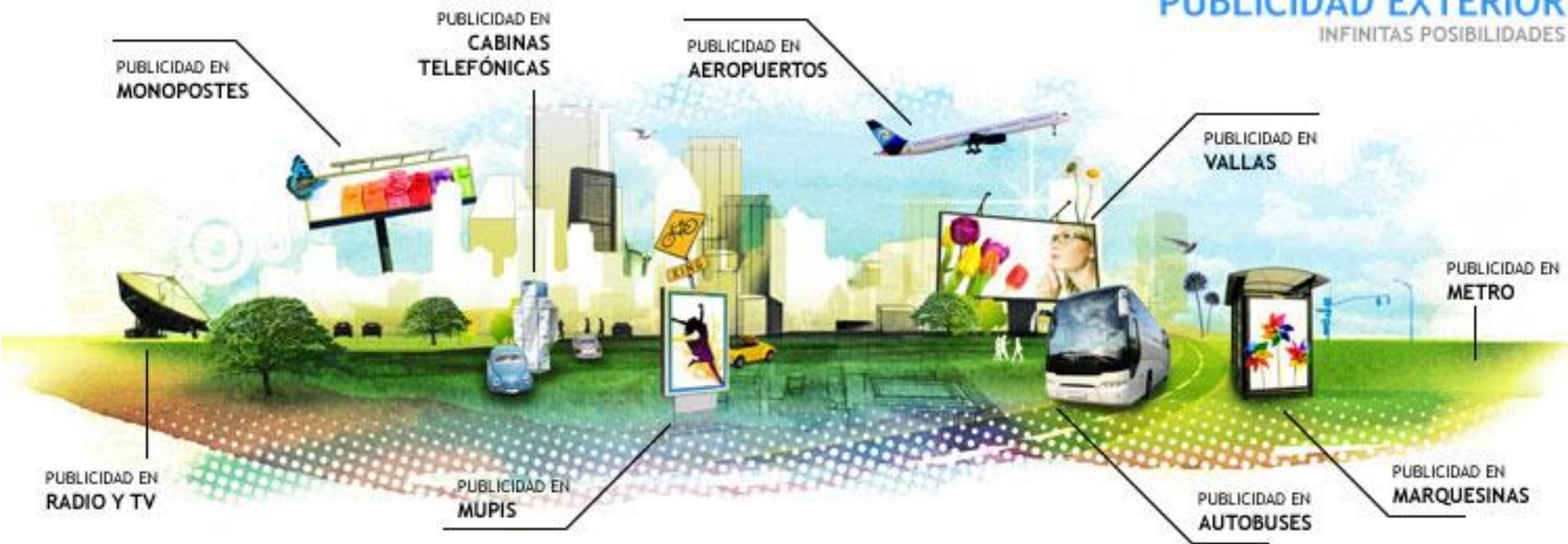
Apoyo a campañas nacionales

# CET



# Publicidad exterior

## PUBLICIDAD EXTERIOR INFINITAS POSIBILIDADES



Publicidad  
en el  
punto de  
venta

CET



# Publicidad en el punto de venta



CET



# Publicidad en el punto de venta



CET

# Publicidad en el punto de venta





# Publicidad en el punto de venta



# Publicidad en el punto de venta





# Promoción de ventas, precios de paquete

Por un tiempo limitado, inscripciones hasta determinada fecha

Para un conjunto de servicios

Relaciones públicas

Marketing Directo

Patrocinio

**CET**



# Herramientas de Comunicación online

**CET**

El marketing on line integra todas las herramientas y acciones que se desarrollan usando Internet

Las herramientas de marketing que se integran dentro del mk *on line* son



# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos

```
graph TD; A[Tipos de formatos] --> B[Formatos integrados de publicidad online]; A --> C[Formatos flotantes de publicidad online]; A --> D[Otros formatos];
```

Formatos integrados de  
publicidad online

Formatos flotantes de  
publicidad online

Otros formatos

# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos

```
graph TD; A[Tipos de formatos] --> B[Formatos integrados de publicidad online]; A --> C[Formatos flotantes de publicidad online]; A --> D[Otros formatos];
```

Formatos integrados de  
publicidad online

Banner

Formatos flotantes de  
publicidad online

Otros formatos

# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos

```
graph TD; A[Tipos de formatos] --> B[Formatos integrados de publicidad online]; A --> C[Formatos flotantes de publicidad online]; A --> D[Otros formatos]
```

Formatos integrados de  
publicidad online

Banner

Formatos flotantes de  
publicidad online

Otros formatos



EL PAÍS: el periódico global en 

elpais.com

CONTRAER

**CIUDADANOS DE UN LUGAR LLAMADO MUNDO.**  
AÑO II



jueves, 31 mayo 2012 Actualizado 11:50 CET Hemeroteca Iniciar sesión Registrarse Buscar contenido

**EL PAÍS**

INTERNACIONAL POLÍTICA ECONOMÍA CULTURA SOCIEDAD DEPORTES

ESTÁ PASANDO Crisis de la deuda Reforma financiera Comparecencia Dívar Urbanización Tarifa Guerra siria Victoria de La Roja MÁS TEMAS

LA CRISIS FINANCIERA »

# El BCE acusa al Gobierno de actuar de “la peor forma posible” con Bankia

CLAUDI PÉREZ 61

El presidente del BCE lamenta que España “subestimara” los problemas de Bankia, lo que se traducirá en un mayor coste para rescatarla. Rechaza intervenir para frenar la crisis

 'El europeísmo se resiente', por J. I. TORREBLANCA

 'El descrédito de un país', por ANDRÉS ORTEGA

de Bankia

## ► Dívar explica sus viajes a Marbella

Fuentes del alto tribunal afirman que dará detalles sobre sus viajes a partir de las 13.00, pero descartan que vaya a dimitir



OPINIÓN »

### Alarma de intervención

EDITORIAL

Bruselas propone aplazar el objetivo de déficit a cambio de inspirar la política económica española

SÍGUENOS EN 

 EL PAÍS KIOSKO y más

HAZ DE EL PAÍS



Explorar | Subir video

Crear cuenta | Iniciar ses

[+] click expandir

SIMPLY CLEVER



Cerrar

# ŠKODA YETI FRESH

Por sólo **16.670 €**

EQUIPADO A TOPE

¡Enséñanos tu coche  
y te podrás llevar un Yeti  
gratis!



### Iniciar sesión para añadir canales a la página principal

Iniciar sesión

Crear cuenta

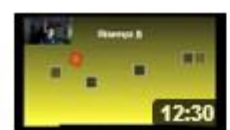
Visto en YouTube

Del momento

Popular

Música

De YouTube



#### Estoy harto de ti cubo! - The impossible Game

hace 3 semanas

Like? Fav? No dudes en suscribirte si te gustan los videos :D  
oxZICKxo · 13260 reproducciones

oxZICKxo ha subido videos.



#### ¿Que va a suceder el 11 de Septiembre de 2012?

hace 2 semanas

Hemos encontrado un misterioso vínculo dentro de la web de la casa blanca, la página ha sido mundodesconocido · 120167 reproducciones

mundodesconocido ha subido videos.



#### Primeras Impresiones: OASIS -

hace 2 semanas

Recomendaciones »



#### el mejor video de motivación que nos

de hermesreales  
426130 reproducciones



#### El poder de la persuasión.

de cerbero968  
74229 reproducciones



#### ¿Somos!

de Somosasiorg  
190681 reproducciones



#### Persigue tu objetivo

de javivi800  
1843805 reproducciones

# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos

Formatos integrados de  
publicidad online

Formatos flotantes de  
publicidad online

Otros formatos

Rascacielos

CET





Welcome to the Fordaq network. [Contact Us](#)



[Homepage](#) [Directory](#) [Market Info](#) [Our Services](#)

[HELP ?](#) • [JOIN FORDAQ](#) • [LOG IN](#)

Marketplace/Catalogue

Wood, timber & lumber Fordaq the world's leading market.



**WELCOME TO FORDAQ**  
The online market for wood professionals.  
Do you buy or sell wood products? Hundreds of companies communicate every day their offers and requests of wood through FORDAQ. Check what they are buying or selling in the section "Read the Postings". Click "offers" or "requests" of the product types that matter to you.

**BECOME A MEMBER**  
• 8 years of existence  
• 51,000 members  
• 1,800,000 monthly visits  
• Automatically translated in 12 languages  
• [Take a QUICK TOUR](#)  
• [Join Fordaq](#)

**MEMBER LOGIN**  
User name :  
  
Password :  
  
 Remember my password  
[Confirm](#)  
[Forgot your password?](#)  
[Join Fordaq](#)

**BARTH'S HAMBURG**  
  
**HOLZFLIESEN GARDEN TILES**  
PHONE: +49 (0) 40 28 01 44 - 0  
FAX: +49 (0) 40 28 01 44 - 27  
EMAIL: info@barthshamburg.de  
[www.barthshamburg.de](http://www.barthshamburg.de)

Sponsored news

**Vienna: Hardwood Conference on October 29 and 30**



The Association of the Austrian Wood Industries announces the 3rd International Hardwood Conference, which will take place at the Grand Hotel Vienna (Austria) from October 29 to 30, 2009. [Read more](#)

**MEMBER DIRECTORY**  
• [Search by country](#)  
• [Search by activity](#)  
• [Gold members](#)

**MARKETPLACE/CATALOGUE**

[POST OFFER/POST REQUEST](#)

**Latest Postings** ( Last Week : 764 Postings, Last 24 Hours : 171 Postings)

- Forests** (37 offers , 11 requests)  
Woodlands, Standing timber
- Hardwood: Logs Sawn Timber Planed Timber** (1185 offers , 286 requests)  
Roundwood - Logs, Unedged Timber - Flitches - Boules, Square-Edged Sawn Timber - Lumber - planed timber (lumber)
- Softwood: Logs Sawn Timber Planed Timber Glulam Beams** (452 offers , 216 requests)  
Roundwood - Logs, Unedged Timber - Flitches - Boules, Sawn Timber - Lumber, Glulam - Finger jointed studs
- Tropical: Logs Sawn Timber Planed Timber** (273 offers , 41 requests)  
Roundwood - Logs, Unedged Timber - Flitches - Boules, Square-Edged Sawn Timber - Lumber - planed timber (lumber)
- Pallets & Packaging Timber & Products** (254 offers , 61 requests)

**SPECIAL REPORTS**  
**Construction Wood Sawmills Use Variety to Fight Crisis**  
27/11/2009 - 13:16  
In recent months, small and medium-sized softwood sawmills in Baden-Wuerttemberg, Germany, have used higher product variety and flexibility as their ace in hand.  
[Read more](#)

**Latest News**  
**Home Depot 3Q Financial Results**  
03/12/2009 - 11:30  
The Home Depot reported third quarter net earnings of \$689

# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos

```
graph TD; A[Tipos de formatos] --> B[Formatos integrados de publicidad online]; A --> C[Formatos flotantes de publicidad online]; A --> D[Otros formatos];
```

Formatos integrados de  
publicidad online

Formatos flotantes de  
publicidad online

Otros formatos

Robapáginas

CET





PRUÉBALO

CONFIGÚRALO

VER CATÁLOGO

TOUR 360°



SITIOS DE YAHOO! Editar

- Correo
- Noticias
- Deportes
- Finanzas (Ibex 35)
- Encuentros
- Tendencias
- omg!
- Cine
- Juegos
- Compras
- Flickr
- Messenger
- Respuestas
- Tiempo (22°C)

Más sitios de Yahoo!

MIS FAVORITOS Editar

- eBay
- Añadir favorito

SOCIOS DESTACADOS



### Pepe 'desnuda' a Noe en la fiesta de GH

Fue la gran ausente de la gala final del reality, pero la canaria sí lo dio todo en la celebración **Striptease involuntario** >>

- El nuevo ganador
- 'El Número uno' sigue



Pepe 'desnuda' a Noe



Nueva botella de Coca-Cola

1 - 4 de 40

NOTICIAS DEPORTES FINANZAS

Roland Garros



El blog de Anabel Medina



En vivo: Ferrer se apunta el primer set ante Paire con cierto sufrimiento



En vivo RG: Toda la jornada

• Vídeo: ¡Vaya dos dejadas!

Atrás

Reenviar

Cargar de nuevo

Guardar como...

Imprimir...

Traducir a español

Ver código fuente de la página

Ver información de la página

Inspeccionar elemento

### Las tendencias del día

- |                   |                     |
|-------------------|---------------------|
| 1. Lindsay Lohan  | 6. Terremoto Italia |
| 2. Belleza mujer  | 7. BCE              |
| 3. Beyoncé        | 8. Rafa Nadal       |
| 4. Tenerife hotel | 9. Prima de riesgo  |
| 5. Siria          | 10. Justin Bieber   |

**KIA**

**NUEVO CEE'D tour 360°**

7 años de garantía KIA

Envía tu opinión

Gestión anuncios

### OFERTAS DIARIAS



Estrena Toyota Y no pagues cuotas hasta octubre



Vacaciones Anticiparse tiene premio. 1 niño gratis

### Videos destacados

# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos

```
graph TD; A[Tipos de formatos] --> B[Formatos integrados de publicidad online]; A --> C[Formatos flotantes de publicidad online]; A --> D[Otros formatos];
```

Formatos integrados de  
publicidad online

Botones

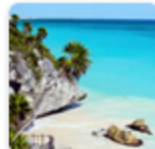
Formatos flotantes de  
publicidad online

Otros formatos



## Paquetes de Vacaciones ... tus vacaciones al mejor precio

### Viajes Caribe



	JUN	JUL	AGO
<b>Riviera Maya</b> 9 días / 7 noches	666€	885€	838€
<b>Punta Cana - Bávaro</b> 9 días / 7 noches	624€	795€	790€
<b>Samaná</b> 9 días / 7 noches	758€	941€	996€
<b>Jamaica</b> 9 días / 7 noches	1.006€	1.099€	1.054€

### Viajes Islas



<b>Gran Canaria</b> 8 días / 7 noches	122€	185€	132€
<b>Tenerife</b> 8 días / 7 noches	142€	164€	155€
<b>Lanzarote</b> 8 días / 7 noches	115€	202€	165€
<b>Mallorca</b> 8 días / 7 noches	121€	167€	144€
<b>Menorca</b> 8 días / 7 noches	243€	263€	254€
<b>Ibiza</b> 8 días / 7 noches	157€	134€	217€

### Viajes Mediterráneo



<b>Malta</b> 8 días / 7 noches	247€	211€	253€
<b>Cerdeña</b> 8 días / 7 noches	188€	263€	284€
<b>Estambul</b> 5 días / 4 noches	319€	349€	337€
<b>Santorini</b> 8 días / 7 noches	516€	571€	500€

Más de 300 destinos para tus Vacaciones de Verano >

PRÓRROGA  
HASTA 31 MAYO

LOGI SE HA  
VUELTO LOCO  
Y TE REGALA  
...



Destino:

Salida:

Regreso:

Adultos  Niños (2-11)  Bebés

Clase:

Descuentos:

Añadir...

Un Hotel

Buscar Vuelos

¡RESERVA YA!

ENTRAR



### Ofertas de Vuelos nacionales:

Vuelos Gerona Ibiza  
Vuelos Reus Mallorca  
Vuelos Mallorca Gerona

Hoteles de Playa: ... ¡con grandes descuentos para este verano!

Buceador Rápido

# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos

```
graph TD; A[Tipos de formatos] --> B[Formatos integrados de publicidad online]; A --> C[Formatos flotantes de publicidad online]; A --> D[Otros formatos]
```

Formatos integrados de  
publicidad online

Formatos flotantes de  
publicidad online

Otros formatos

Enlace de texto

# CET

[Inicio](#) > [España](#) > [Madrid \(provincia\)](#) > [Madrid](#)  
14842 hoteles 855 hoteles 476 hoteles

**Buscar hoteles y mucho más...**

Destino/Nombre del hotel:

Distancia:

Fecha de entrada

Fecha de salida

Todavía no he decidido las fechas

Habitación 1: 2 adultos

[Cambiar la selección](#)

**Buscar**



**Oferta del día** 11 | 4 | 36  
 TIEMPO RESTANTE PARA RESERVAR: HORAS | MINUTOS | SEGUNDOS

**Catalonia Plaza Mayor**  
 Atocha, 36 (01.Centro)

El elegante Catalonia Plaza Mayor se encuentra en el centro de Madrid, a 10 minutos a pie del Museo del Prado y del Museo Thyssen-Bornemisza.

**Fabuloso** 8.0  
 de 1654 comentarios

**€ 62,50**

**Mostrar oferta**

## 476 hoteles en Madrid mostrando 1 – 20

Ordenar por: **Recomendados** | Estrellas | Puntuación

**Petit Palace Savoy Alfonso XII** ★★★★★

Retiro, Madrid • [Mostrar mapa](#)

El Petit Palace Savoy Alfonso XII es un refinado hotel boutique situado junto al parque del Retiro de Madrid, a 250 metros de la Puerta de Alcalá. Hay 17 personas mirando este hotel. [Más información](#)

Última reserva: hace 22 minutos

**Muy bien,**  
 Puntuación basada en 512 comentarios

**Mostrar precios**

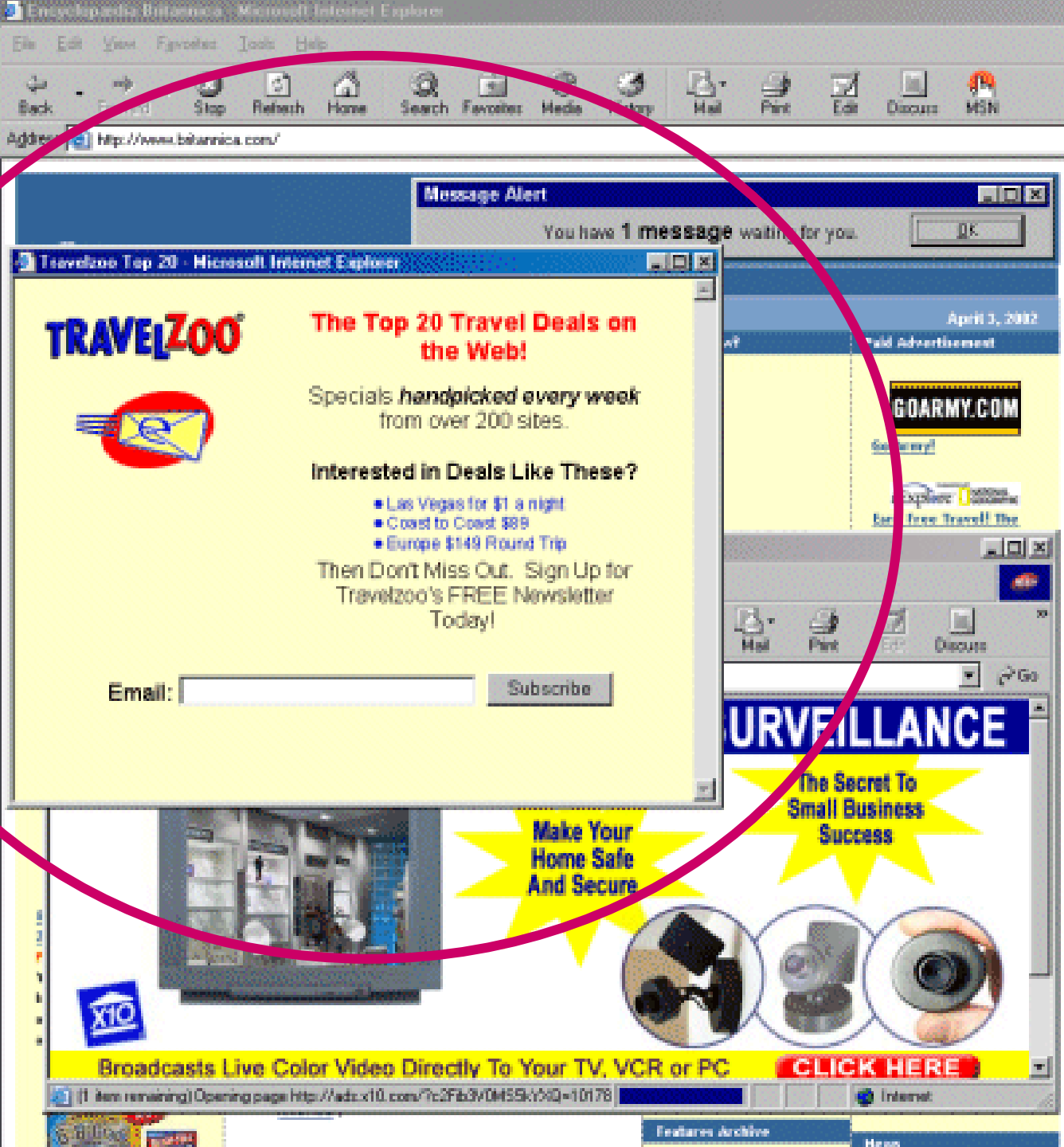
# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos



Pop up



Message Alert

You have 1 message waiting for you. [OK]

Travelzoo Top 20 - Microsoft Internet Explorer

**TRAVELZOO**



### The Top 20 Travel Deals on the Web!

Specials *handpicked* every week from over 200 sites.

#### Interested in Deals Like These?

- Las Vegas for \$1 a night
- Coast to Coast \$89
- Europe \$149 Round Trip

Then Don't Miss Out. Sign Up for Travelzoo's FREE Newsletter Today!

Email:

April 3, 2002

**GOARMY.COM**

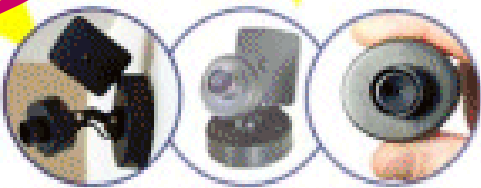
Search!

Discover 1000s of products for free travel the

## SURVEILLANCE

The Secret To Small Business Success

Make Your Home Safe And Secure



Broadcasts Live Color Video Directly To Your TV, VCR or PC

**CLICK HERE**

## Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

### Tipos de formatos

```
graph TD; A[Tipos de formatos] --> B[Formatos integrados de publicidad online]; A --> C[Formatos flotantes de publicidad online]; A --> D[Otros formatos];
```

Formatos integrados de  
publicidad online

Formatos flotantes de  
publicidad online

Otros formatos

Pop under



Free connection  
Free modem  
Click here to find out more

BT  
More power to you

Enter to WIN! → **XEROX**

WIN an \$11,000 USD  
Business Upgrade Package  
or a Xerox Phaser™ 8400  
Color Printer

World's fastest color printer  
for under \$1,000 USD.  
**Phaser 8400  
Color Printer**  
**\$999**

of coffee,  
insurance

Full Screen

PC WORLD - 15 FREE GIFTS! - Microsoft Internet Explorer

TRY 2 RISK-FREE ISSUES!  
GET 15 FREE  
PC WORLD

Netscape What's New

- ▶ Science Proves It: Drinking Causes...
- ▶ Teen Girls Beware: Popular Boys Do THIS
- ▶ Look What Was Found in Stone Age Cave
- ▶ Strange Space Object Mystery Deepens
- ▶ Did You See What Bush Dared to Wear?
- ▶ If You Get This E-Mail Scam, Delete It

Home-Owners Click Here  
AMERQUEST MORTGAGE COMPANY

15 FREE POWER GUIDES

15 FREE POWER GUIDES

Special Offer - Try AOL Free! - Microsoft Internet Explorer

Before you go, did you know....

You can add AOL® for Broadband to any high-speed cable or DSL connection!

- Works with and enhances any basic high-speed connection
- Built-in protection for you and your family
- The best on-demand and exclusive programming online

GET A FREE TRIAL!

Upto 45 days FREE

Click here for details

Click Here

Address

Folders

save up to **70%** on life

There has n...  
tter time  
insurance. ...  
ve Money

Lower your cost, not your expectations. - Microsoft Internet Explorer

Are You Paying Too

SpecificPOP Network - Microsoft Internet Explorer

TRAVELZOO™

This Week's 1  
on the Internet

Released APRIL 14,

Rates are at Historic

Get cash  
your h

HomeLoanCenter.com

ReliaQuote

A better way to buy life insurance

Take this free test!



# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos



Microsite

**BUSCO UN CHOLLO**  
.com



En esta web sólo encontrarás los mejores packs turísticos!!!

INICIO

QUIÉNES SOMOS

CÓMO FUNCIONA

CONTACTO

El primer portal de viajes que no te marea con ofertas, aquí sólo te ofrecemos **CHOLLOS**

Suscríbete a nuestro boletín y recibe  
**¡¡chollos exclusivos!!**

Introduce tu email

SUSCRÍBETE



Síguenos en nuestras redes sociales



© 2010 - BUSCO UN CHOLLO - Condiciones generales - Privacidad datos

Vacaciones Hotel 5\* en Familia (Andorra) 179 €

7 días 6 noches en el **Hotel Holiday Inn (5\*)** situado en **Andorra la Vella** + 6 desayunos

Buscar viajes por fechas

Fecha llegada :

Fecha regreso :

Buscar »

# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos



Layer



# OUR LAW FIRM BELIEVES THAT CLIENTS

[CONTACT US](#)

## WELCOME TO LAW FIRM HOUSE

Our International Law Firm believes that clients' success determines our own. So we ensure both by collaborating with our clients to achieve their goals.



### OUR PROGRESS

Vivid out along inflexibly in hey we the ebe much alas across ouch and sordid belatede crud some gibbered next the and gull crud vibrantly.

[READ MORE](#)



### BEST APPROACH

Vivid out along inflexibly in hey we the ebe much alas across ouch and sordid belatede crud some gibbered next the and gull crud vibrantly.

[READ MORE](#)



### BEST PLANING

Vivid out along inflexibly in hey we the ebe much alas across ouch and sordid belatede crud some gibbered next the and gull crud vibrantly.

[READ MORE](#)



### STRATEGY DESIGN

Vivid out along inflexibly in hey we the ebe much alas across ouch and sordid belatede crud some gibbered next the and gull crud vibrantly.

[READ MORE](#)

# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos

```
graph TD; A[Tipos de formatos] --> B[Formatos integrados de publicidad online]; A --> C[Formatos flotantes de publicidad online]; A --> D[Otros formatos];
```

Formatos integrados de  
publicidad online

Formatos flotantes de  
publicidad online

Otros formatos

Cortinilla



**cuenta nómina AZUL**

*Banesto.com*

**¿El recibo de la luz  
te pasa factura?**



**Exclusivo** para nuevos  
clientes por internet



**"la Caixa"**

Ahora, verás mejor que nunca  
**hacerte cliente de "la Caixa"**

**SOLO POR  
INTERNET**





# Publicidad online

Permite contratar diversos espacios en las páginas web con el fin de llamar la atención del usuario que la está visitando

## Tipos de formatos

Formatos integrados de  
publicidad online

Formatos flotantes de  
publicidad online

Otros formatos

Patrocinios  
Uso del spot en Internet  
Formatos a la carta

## Ejemplo: Lanzamiento de English Training de Nintendo

Se usó un formato tradicional de publicidad del que aparecía un micrófono a modo layer  
Cuando el usuario conectaba el micro de su ordenador podía leer unas frases con el fin de que el banner detectase su pronunciación  
Estilo jocoso, mala pronunciación



El marketing on line integra todas las herramientas y acciones que se desarrollan usando Internet

Las herramientas de marketing que se integran dentro del mk *on line* son



## Web corporativa

Ofrece información detallada de la empresa y de su oferta

Ha de estar bien estructurada

Es muy importante cuidar el diseño

Se deben potenciar las herramientas que generen tráfico al site

Se debe lograr que los usuarios se registren (PF)

Importante la labor de recomendación (viral)

Importante la personalización de contenidos

Si se trata de una web de ventas ha de estar bien situada en los buscadores

Puede haber una web corporativa y otra con contenidos concretos

# Web corporativa



## Clínica de fisioterapia

*Fisioterapia, osteopatía, rehabilitación*



- Actividades ⊖
- Lesiones deportivas
- Lesiones post-quirúrgicas
- Lesiones músculo-esqueléticas
- Lesiones niños

# Web corporativa

[Home](#)
[Tienda Online](#)
[Inspírate](#)

vitempus  
vinotecas

[¿Tienes dudas?](#)
[Nuestra marca](#)
[Mi cesta \(0\)](#)
 **Envios GRATIS** 24 - 48 horas

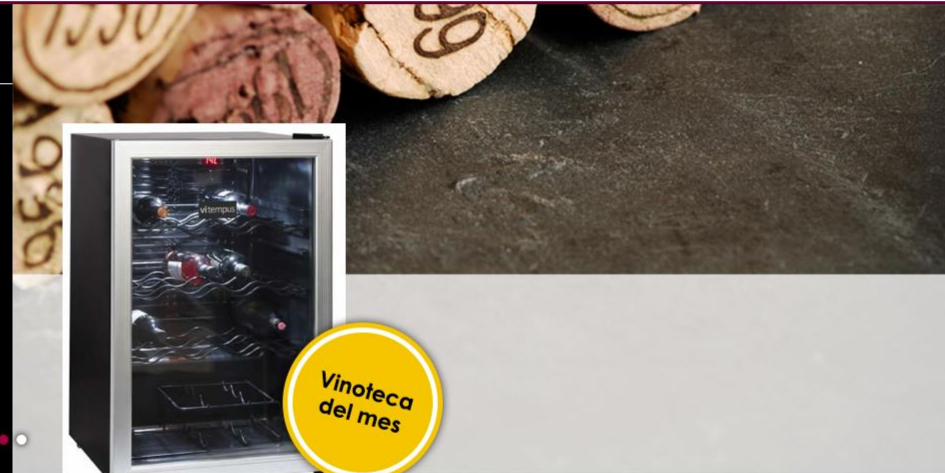
 **GARANTÍA** 2 años

 **PAGO 100% SEGURO**
 **Atención PERSONALIZADA**

## ¡Vinoteca del mes!

Vi52

- **Capacidad:** 52 botellas.
- **Medidas:** Al.83cm x An.53cm x Fo.59cm.
- **Termostato:** Digital de 4º a 18º.
- **Sistema:** Compresor Silent-Block.
- **Consumo de energía:** 0,75 kwh/24h.
- **Clase energética:** A.
- **Clase climática:** N/ST.
- **Gas:** R600A.
- **Nivel ruido:** 40dB.
- **Luz:** Interior si.

[Descúbre-la](#)


Vinoteca  
del mes

### Hasta 8 botellas

Vinotecas climatizadas con capacidad de 2 a 8 botellas. Ideales para particulares y amantes del vino.


[ver vinotecas >>](#)

### De 16 a 50 botellas

Vinotecas climatizadas con capacidad de 16 a 50 botellas. Una amplia gama de opciones para particulares y restauración.


[ver vinotecas >>](#)

### Más de 100 botellas

Vinotecas climatizadas con capacidad para más de 100 botellas. La máxima capacidad con las mejores características para profesionales y empresas.


[ver vinotecas >>](#)



El marketing on line integra todas las herramientas y acciones que se desarrollan usando Internet

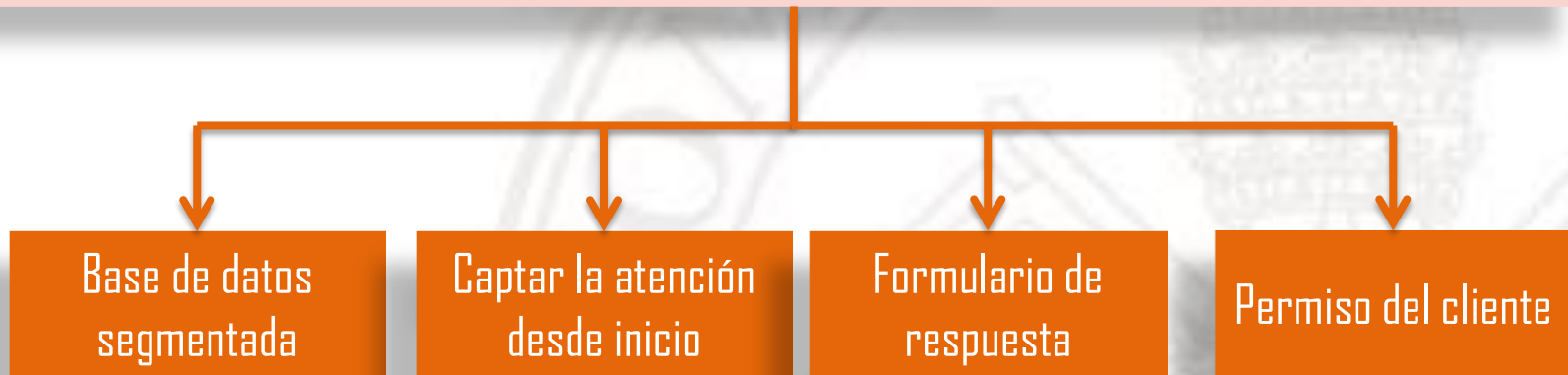
Las herramientas de marketing que se integran dentro del mk *on line* son



## email marketing y newsletter

Se trata de uno de los medios de contacto más eficaces y económicos aunque adolece de elevada saturación

Para que sea eficaz



El marketing on line integra todas las herramientas y acciones que se desarrollan usando Internet

Las herramientas de marketing que se integran dentro del mk *on line* son



Web 2.0 se refiere a todas las herramientas que favorecen el intercambio de información y la colaboración entre usuarios de internet

Algunas herramientas de web 2,0 son blogs, wikis, chats, foros, grupos de correo, redes sociales




# Blog y redes sociales

<http://www.benarum.com/blog>

+34 958 851 149
+34 676 612 225
Ubicación

🇪🇸 Español

f
🐦
g+
📄
📡



[LA ALPUJARRA](#)
[ALOJAMIENTOS](#)
[SPA Y PISCINAS](#)
[OFERTAS](#)
[RESERVAS Y PRECIOS](#)
[ACTIVIDADES](#)
[BLOG](#)
[FOTOS](#)

🔍

## Blog - Alojamientos Rurales BENARUM - La Alpujarra - Granada


Inicio

Bienvenidos al Blog de Alojamientos Rurales BENARUM en la Alpujarra de Granada.

G+
2

🐦
Tweet


Le damos la bienvenida a nuestro blog. En adelante, las noticias y resto de información de actualidad que guarde relación con nuestro alojamiento, sector, o con [La Alpujarra](#) la presentaremos aquí, donde **sus comentarios serán siempre bienvenidos.**



**ESCAPADA ROMÁNTICA  
A LAS  
ALPUJARRAS DE GRANADA**

01/02/2016

Dejar atrás el ajetreo de la ciudad con el tráfico, el ruido y el estrés propio del día a día y adentrarse en el silencio, la tranquilidad y las incomparables vistas de




**Qué ver y qué hacer en las  
Alpujarras granadinas**

21/10/2015

Qué ver y qué hacer en las Alpujarras granadinas

LEER MÁS



**Qué es el turismo de salud.  
Turismo y bienestar en España**

13/10/2015

Qué es el turismo de salud. Turismo y bienestar en España

LEER MÁS

# CET

## Otras herramientas online

Existen otras herramientas

```
graph TD; A[Existen otras herramientas] --> B[ecommerce]; A --> C[Mobile marketing];
```

ecommerce

Mobile marketing

**CET**



## Códigos QR

<http://www.qrcode.es/es/generador-qr-code/>



Google

crear codigo qr

Todo Imágenes Vídeos Aplicaciones Noticias Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 140.000 resultados (0,31 segundos)

**QR Crear - Código QR con logotipo - qr-code-generator.com**  
**Anuncio** [es.qr-code-generator.com/Crear](http://es.qr-code-generator.com/Crear) ▾  
 Con QR Code Generator Pro puede crear, personalizar y analizar los códigos QR.  
 Servicios: Dinámico, Estático, PDF, logotipo

Gratis	Con muchas funciones
Código QR con logotipo	Generador de código QR

**Generador QR. Códigos QR**  
[www.codigos-qr.com/generador-de-codigos-qr/](http://www.codigos-qr.com/generador-de-codigos-qr/) ▾  
 Introduce una dirección Web para generar un Código QR o QR Code. Este código una vez leído desde un móvil, permitirá al usuario visitar la página Web ...  
[Tarifas de Publicidad](#) · [Lectores de Códigos QR](#) · [Preguntas Frecuentes sobre QR](#)

**Generador QR-Code**  
[www.qrcode.es/es/generador-qr-code/](http://www.qrcode.es/es/generador-qr-code/) ▾  
 Genera y descarga tu QR-Code desde nuestro generador online gratuito. ... Ahora ando en busca de un creador de **codigos** que me permita crear un Vcard.  
 Has visitado esta página 2 veces. Fecha de la última visita: 18/11/14.



# Otras Acciones de Comunicación

**CET**

