

White paper de Kanli sobre tendencias en Search

DIGITAL, MARKETING

53 NO HAY COMENTARIOS 1/06/2015 05:15



Gonzalo Ibáñez, CEO de Kanli.

La agencia de marketing digital Kanli ha publicado el white paper **Search: nuevos escenarios, grandes oportunidades**, una publicación dirigida a aquellos profesionales interesados en las novedades en el ámbito del marketing en buscadores que trata temas como el posicionamiento en marketplaces, los comparadores de precios, webrooming y showrooming, presencia en Google Shopping, RSLA o el Website Call Conversion Traking.

El documento, que fue presentado el pasado jueves en el marco de la feria y congreso Online Marketing Expo - OMExpo por el CEO de Kanli, Gonzalo Ibáñez, desarrolla ocho puntos relativos a las tendencias en search y apoya sus tesis en las opiniones de expertos en marketing digital de importantes empresas como Sanitas, TravelClub, Rumbo o El Corte Inglés.

Durante la presentación, Gonzalo Ibáñez, insistió en la necesidad de tener como aliados a los comparadores de precios en lugar de verlos como un competidor, destacando la importancia de estar presentes en el momento de toma de decisión: "No estar en los mismos sitios que está tu industria es un error muy grave". Además, aseguró que el showrooming se impondrá en los próximos años, y dijo que este fenómeno "está desestructurando los modelos de negocio de los retailers".

Buscador de noticias...



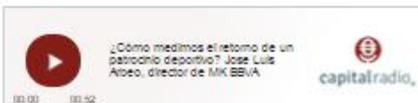
LO MÁS LEIDO LO ÚLTIMO

L'Oréal España crea una dirección de Medios, Estudios de Mercado y Desarrollo Digital

Bauer edita Lego Star Wars en España

Las 100 mujeres más influyentes de España

Gabriele Palma, director de marketing de Seat España



IP MaglaPublicidad
2 weeks ago

¿Cómo medimos el retorno de un patrocinio deportivo? Jose Luis Arceo, director de MK BBVA ▶ 74

¿Cómo se traslada un patrocinio a la consecución de un cliente? Jose Luis Arceo, Director MK BBVA ▶ 36

Programa completo Magla de la publicidad (5 ▶ 18

NUESTROS CASOS DE ÉXITO

DESCÚBRELOS



Precisamente los dos temas anteriores, junto con el punto relativo a lo relevante que resultará para el SEO la notoriedad de la marca, han sido los tres puntos en los que mayor grado de consenso con la opinión de Kanli han mostrado los expertos. Por ejemplo, en relación a la presencia en marketplaces, el responsable de presencia digital de Sanitas, Ángel Alonso Moreno, opina que "se trata de estrategias complementarias que habrá que trabajar en paralelo, ya que muchos usuarios compatibilizarán las búsquedas en marketplaces para keywords más genéricas con las búsquedas en buscadores tradicionales para el long tail".

En lo que se refiere a showrooming y webrooming, el internacional e-commerce de El Corte Inglés, Raúl del Castillo, asegura que "ambas tendencias tendrán que convivir, pero es cierto que el showrooming tiene un gran potencial ya que, sobre todo en mobile, hay mucho por explorar. El éxito dependerá en gran medida de la forma en que se entienda la estrategia global de la empresa, tanto la tienda física como la parte online".

Si hablamos de la importancia de notoriedad de marca, el director de marketing y ventas de Air Miles España (TravelClub), Miguel Ángel Gómez, se refirió al cambio experimentado en los últimos años por la evolución del algoritmo de Google, y cree que "quizá merezca la pena no jugarse todo a la carta del SEO y establecer o potenciar otras estrategias, como pueden ser el inbound marketing para atraer usuarios por contenido relacionado".

Los expertos que han participado en la publicación han sido Ángel Alonso Moreno, responsable de presencia digital de Sanitas; Gonzalo Fernández, fundador de Barullo Company y CEO en Farmalover.com; Miguel Ángel Gómez, director de marketing y ventas de Air Miles España (TravelClub); Jesús Manuel Muñoz, marketing director Foodbox; Raúl del Castillo, internacional e-commerce de El Corte Inglés; Carola García Ariño, responsable de promoción del Turismo Nacional en Rumbo e Ignacio Bustamante, director de marketing del Grupo V.

El white paper "Search: nuevos escenarios, grandes oportunidades" puede descargarse de forma gratuita en la sección "Ideas" de Kanli

 Facebook
  LinkedIn
  Twitter
  Google+
  Correo electrónico
  Imprimir

Relacionado



La oportunidad de Google Shopping para los ecommerce
En "Análisis y Opinión"



Yandex y Kanli abren la puerta del mercado ruso a las empresas españolas
En "Buscadores"

Kanli, agencia interactiva oficial de Expo Foodservice 2013. Para llevar a cabo la tarea de retransmisión de Expo Foodservice (www.expofoodservice.com), Kanli ha escogido a cinco En "Eventos"

SUSCRIPCIÓN BOLETÍN

FORMULARIO DE SUSCRIPCIÓN AL BOLETÍN DIARIO.

NOMBRE *

NOMBRE

APELLIDOS



NUESTRA REVISTA



Suscríbete

Acceso premium a KyM

Contenidos nº actual



ENCUESTA

¿Qué le parece el Gran Premio que ha recibido Lotería de Navidad en El Sol?

- Bien, me gusta.
- Mal, no me gusta.
- Había trabajos mejores.

Votar

Ver resultados



Mejor agencia de marketing digital

