PRESENTACIÓN
MANOEXTRA

2017

“ ManoExtra cuenta con un área especializada en el desarrollo de campañas digitales que incluyen la administración de redes sociales y planificación de estrategias de pauta en las plataformas de Google, Facebook y Portales Verticales. ”

2017

MARKETING
DIGITAL

ÍNDICE

1. SERVICIOS DIGITALES
2. ALIANZAS Y PARTNERS
3. PLANEAMIENTO DIGITAL
4. REPORTING DIGITAL
5. PLATAFORMAS
6. EQUIPO DE TRABAJO

2017

1 SERVICIOS DIGITALES

1. SERVICIOS DIGITALES

BRANDING DIGITAL

- Websites
- Landing Page
- Boletines Digitales

PROYECTO DIGITAL

- Websites
- Proyectos Digitales

REDES SOCIALES

- Instagram
- Facebook
- Youtube

POSICIONAMIENTO

- Youtube
- Facebook Ads

MEDIOS DIGITALES

- Social Ads
- Google Display
- Google Search

MEDIOS ONLINE

- SEO / SEM
- Performance
- Generación de leads

2017

2

ALIANZAS
PARTNERS

2. ALIANZAS & PARTNERS

ManoExtra es partner de Google.
Contacto directo con la oficina regional de Buenos Aires, Argentina.

2017

2. ALIANZAS & PARTNERS

ManoExtra es partner de Facebook.
Contacto directo con la oficina regional de Buenos Aires, Argentina.

2017

2. ALIANZAS & PARTNERS

ManoExtra cuenta con el servicio de la empresa digital LR.

ManoExtra cuenta con el respaldo de la Cámara de Comercio de Lima.

2017

3

PLANEAMIENTO
DIGITAL

3. PLANEAMIENTO DIGITAL

3.1

BENCHMARKING

AdCuality
Google Trends

Se realiza un análisis de la competencia en medios digitales.

3.2

RANKING

Comscore

Se obtiene el ranking de las páginas webs con mayor tráfico en base a las edades del target.

3.3

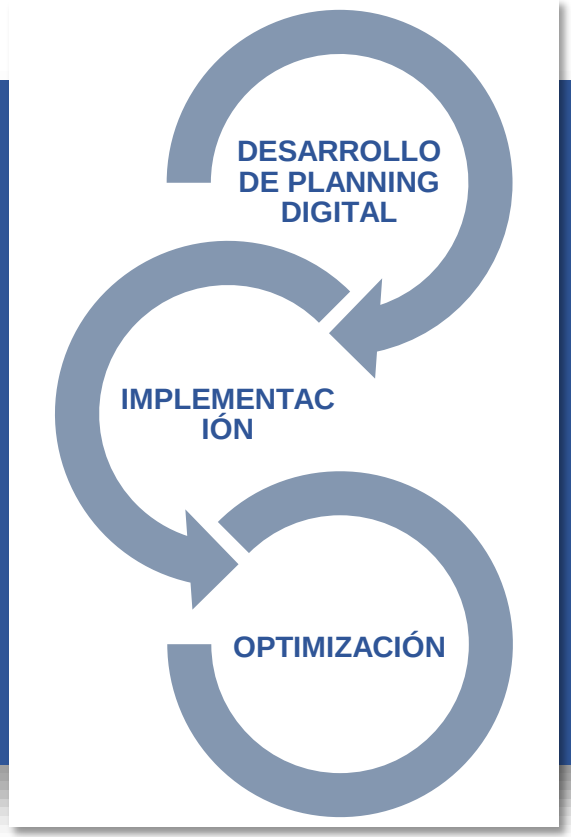
NEGOCIACIONES

Portales verticales
Adnetworks

Las negociaciones con los medios se inician una vez seleccionadas las páginas con mejores métricas.

2017

3. PLANEAMIENTO DIGITAL



Una vez realizado el benchmarking y el ranking, se procede al desarrollo del Planning.

La pauta contempla una pre y una post evaluación, lo que certifica el COSTO POR RESULTADO.

La implementación se da una vez aprobada la pauta y el material.

Las optimizaciones son el trabajo diario realizada por el área, para una mejor performance de la campaña.

Para un mejor control, toda campaña es taggeada mediante Google Analitycs, de esta forma se aseguran los resultados.

2017

3. PLANEAMIENTO DIGITAL

OBJETIVOS:

3.1 Generar branding y exposición de marca mediante una pauta segmentada por intereses en Google Display y Portales Verticales.

3.2 Derivar tráfico hacia la pagina web a través de una pauta en Google Search, segmentada por keywords.

3.3 Interacción en redes sociales y aumentar el número de seguidores afines con una pauta detallada en Facebook.

2017

3. PLANEAMIENTO DIGITAL

2017

4

REPORTING
DIGITAL

4. REPORTING DIGITAL

- CLICS
- IMPRESIONES
- CTR
- INTERACCIÓN
- ALCANCE
- NÚMERO DE FANS

2017

5 PLATAFORMAS

5. PLATAFORMAS

2017

6

EQUIPO
DE TRABAJO

6. EQUIPO DE TRABAJO

- Supervisor de medios digitales -

- Planner digital -

- Analista digital -

- Asistente digital -

2017