

## **Marketingpublicidad en el EMEA Channel Partner Conference de Google en Londres**

**Marketingpublicidad ha participado este año en el EMEA Channel Partner Conference de Google en Londres. Un foro de encuentro de las Agencias Partners Premier de Google en Europa, donde han tenido la oportunidad de conocer las tendencias de marketing digital para 2017, oportunidades de negocio y las nuevas tecnologías de Google. Este encuentro ha permitido a Marketingpublicidad contactar con otros partners, conocer sus enfoques de negocio, compartir ideas e inquietudes**

Claves para el Marketing Digital en 2017

Desde Google recuerdan la relevancia que está alcanzando el uso de la tecnología móvil. No sólo ha cambiado la forma de relacionarnos a nivel personal, sino que ha modificado la manera en la que nos relacionamos con las marcas y sus servicios o productos.

¿Sabías que si una página tarda más de tres segundos de cargarse en tu móvil, el cliente se marcha? Los consumidores no esperan y se tiene que estar preparado si se quiere competir. Otra de las claves que se debe tener muy presente es la medición de resultados.

La medición es cada vez más compleja porque somos consumidores multidispositivos y, además, somos impactados por diferentes canales. Definir el canal o canales que más retorno genera a un negocio es fundamental para saber orientar y rentabilizar las acciones publicitarias.

Se prevé que las ventas ecommerce crezcan en torno a un 18% en España este año. Pero no sólo es la compra online. Buscamos en nuestro móvil, comparamos en el ordenador, consultamos opiniones... y podemos finalizar la compra en la tienda física, pero el papel que ha jugado nuestra presencia en la red ha sido fundamental para que el cliente se decida por nuestro producto o por la competencia.

En cuanto las búsquedas online, Google es muy claro: el móvil es presente y futuro.

Nuestras páginas webs no sólo deben estar perfectamente adaptadas a dispositivos móviles, sino que se debe plantear una estrategia de marketing diferenciada para estos dispositivos: campañas con segmentación para móviles y tablets, anuncios con extensiones y pujas ajustadas, la geolocalización...

Está claro que la seducción del cliente en los tiempos que corren cada vez es más difícil. No solo por la competencia que se encuentra en el mercado, sino por el acceso a la información y al conocimiento.

Como profesionales, hay una misión clara que podría traducirse en cuatro pilares:

Identificación de oportunidades: detectar el momento oportuno en el proceso de venta.

Evitar la agresividad: hay que considerar el upselling como un plus opcional.

Proposición de facilidades: la compra tiene que ser fácil y sencilla

Se debe aportar al cliente toda la información fundamental de una manera clara, sencilla, concisa y didáctica

Cuando esta técnica se realiza en estas condiciones, el resultado es una venta en la que se ha ofrecido al cliente algo que realmente le aporta valor y está dentro de sus posibilidades.

Más información en:

<http://www.marketingpublicidadblog.es/google/marketingpublicidad-en-el-emea-channel-partner-conference-de-google-en-londres>

**Datos de contacto:**

Marketing Publicidad

Nota de prensa publicada en: [londres](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>