

Adaix con el Marketing Online

Nuestras nuevas herramientas y portales de comunicación son:

1. Redes Sociales Adaix

Facebook Central Adaix

Twitter Adaix

Blog Adaix

2. Emailings – Newsletters

3. Artículos patrocinados

4. Casos de éxito

6. Videos

Esta es la lista de elementos más utilizados en Internet para desarrollar perfectamente la comunicación de una marca digitalmente, Adaix ya ha estrenado todas estas herramientas.

Para una perfecta comunicación en la red es necesario tener en cuenta tres elementos:

Contenido: La generación de información específica, relevante y original, publicada de forma primaria en el blog, en el que se integran contenidos multimedia como imágenes, gráficas, videos,...

SEO: Optimización del sitio web para buscadores, blogs y canales en redes sociales (SMO)

Redes sociales: Blogs, Facebook, Twitter, LinkedIn y YouTube

Estos tres pilares proporcionan a la marca la difusión de contenido hasta su público objetivo. Es la forma actual de llegar a un primer contacto con el cliente o futuro cliente, que lo primero que hace es buscar en Internet para empezar a tomar decisiones, esto hasta hace unos años era sencillamente impensable. De esta forma Adaix cuenta con que el cliente o contacto estará informado de todos los servicios que ofrece, pero siempre teniendo en cuenta que la atención personalizada es algo imprescindible a pesar de todos los avances en la comunicación.

Si llevamos a cabo correctamente la información, planificación y la ejecución de los elementos online podemos dirigir el tráfico hasta nuestra web y hacer así un mayor número de contactos (leads y peticiones de información sobre los servicios y productos de la empresa). Así conseguimos que el contacto ya este correctamente informado y cuando llega al punto de ponerse en contacto personalmente, nos encontramos con un usuario totalmente informado de todo, al que solo hay que resolver dudas y cuestiones que se le plantean en el estudio de la información que se encuentra en la web.

César Villasante Ochoa afirma en su Blog: <http://www.inmoblog.com>, que un estudio de Marketing Sherpa, ha mostrado casos exitosos cuando se usa de forma amplia una estrategia de social media y generación de leads. Una renovación en las tácticas de marketing, que incluyan centrar el foco el la

integración de comunicación vía email y redes sociales, ofrece estos resultados:

55% de los contactos válidos proceden de visitantes de la web,

75% de las personas al final del proceso de gestión de clientes (business pipeline) proceden de esos contactos desde la web

El caso de estudio subraya 6 pasos en la estrategia de Social Media que ayudan a avanzar con el proceso de ventas:

#1 Crear un blog donde se inicie y centralice el proceso de conversación online

#2 Gestionar una cuenta en Twitter de forma activa

#3 Crear un grupo en LinkedIn o página en Facebook

#4 Modificar la estrategia de comunicaciones en medios tradicionales y añadir cobertura al espacio blogger

#5 Promocionar internamente los canales en social media y difundirlo en los mensajes del personal (hacia dentro y hacia afuera)

#6 Medir el crecimiento de las cuentas en redes sociales y el tráfico web

Datos de contacto:

Mayte Poveda

Directora de comunicación

672331014

Nota de prensa publicada en: [03180](#)

Categorías: [Franquicias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>