

El Kit Digital no es la solución a la digitalización del marketing (SEO)

Si bien el Kit Digital basado en fondos europeos Next Generation está suponiendo una ayuda al despegue online de las pymes con derecho a las mayores ayudas y una introducción al marketing online para microempresas y autónomos, no se produce siempre el efecto deseado. Y no es un defecto específico del Kit Digital, según experiencia y opiniones recogidas por seomanager.es, ha venido sucediendo con casi todas las subvenciones orientadas a la digitalización y concretamente alrededor del marketing online

A priori parece una gran idea y también es cierto que observar con el beneficio del tiempo y la perspectiva es una ventaja a la hora de opinar. Pero visto el efecto típico del Kit Digital aplicado a la creación de páginas web y ejecución de planes de marketing online en las empresas y en las consultoras SEO y otros proveedores afines, da a pensar que se trata de nuevo de la vieja dicotomía entre "regalar pescado" o "enseñar a pescar".

Proveedores en apuros

No son pocas las nuevas agencias y profesionales del diseño web que se han echado al mercado, ávidas de recoger cuantas más solicitudes de Kit Digital mejor.

Esto es legítimo y realmente es uno de los objetivos del Kit Digital, traspasar el conocimiento de los proveedores digitalizadores hacia las Pymes españolas.

Sin embargo, la ejecución ha dejado algunas secuelas visibles según opiniones de profesionales del sector del diseño web y la consultoría SEO.

Algunas agencias y autónomos han dejado de ofrecerse o en el mejor de los casos han "despotenciado" su perfil como asesores digitalizadores: las dificultades burocráticas y procedimentales son un escollo importante en el día a día del profesional digital y solamente sale a cuenta en los casos de empresas cliente de mayor envergadura (básicamente porque la cuantía del bono del Kit Digital es mayor).

Otra causa de apuro podría ser la muerte por éxito: los plazos de entrega en planes subvencionados son estrictos. Si hay compromiso, el tiempo debe salir de algún sitio; siendo un recurso finito es fácil intuir de dónde sale el tiempo cuando se produce un atasco de proyectos y la calidad de los entregables suele ser la sacrificada en pro de entregar cuanto antes.

Llegado el caso, incluso el asesor digital que logre entregar a tiempo todo lo comprometido puede haber dejado una impresión pobre para el futuro.

Conviene no olvidar que para el caso de los expertos en diseño web SEO freelance, la confianza y valoración lo es todo.

Otra fuente de problemática que no se ha calculado bien desde Europa es el nivel de conocimiento del mercado sobre algunos aspectos del marketing digital.

Si bien se podría conceder que el entorno WWW ya es bien conocido debido a su alta penetración a

nivel personal, como consumidores y público, no lo es en absoluto una actividad tan presente en el día a día como el posicionamiento web: las decenas de búsquedas en Google que puede hacer la persona media a diario son la otra cara de la moneda, el resultado de los algoritmos de Google unidos al trabajo de ese profesional desconocido y misterioso que es un consultor SEO.

En la práctica del SEO profesional se observa un alto nivel de dependencia por parte de la empresa cliente, lo que puede llegar a intoxicar involuntariamente el desarrollo de la actividad. Por norma general, esto es trasladable al extremo inferior de la cadena industrial, las micropymes y autónomos sencillamente carecen de recursos, esencialmente tiempo y liquidez.

Falta de liquidez que realimenta el círculo del desarrollo bonificado, por cierto.

Cuanto más grande o tecnificada esté una empresa, tanto más probable será que disponga de un departamento de marketing que se encargue de la parte online. Delegar la partida de SEO management a un consultor externo será un paso natural y por especialidad del departamento (y del perfil que trate habitualmente con el freelance).

Un SEO manager senior ofrece lo mejor de sí cuando se puede concentrar en desplegar su amplia experiencia y aplicarse en aspectos de valor añadido, no implicándose en aspectos generales y básicos como gestión de dominios, configuración de correo o dando apoyo en base a conocimientos informáticos generales.

Frases como "un consultor SEO es especialista en SEO" no son infrecuentes, demostrando que una parte muy importante a desplegar mediante el Kit Digital no será ejecutada o en caso de serlo, no será hecho de la forma correcta. Si la empresa interesada no tiene ni la menor idea del trabajo e implicaciones del SEO, carece totalmente de criterio y contraste ante el proveedor, consultor SEO freelance o agencia de marketing online.

Lo cual conduce a una empresa en apuros.

Empresas en apuros

Incluso en los mejores casos, la relación empresa/asesor implica un periodo subvencionado muy limitado. Solamente las empresas cliente que permanezcan cerca de un asesor digital tras el periodo bonificado se hacen candidatas a recoger un traspaso de conocimiento.

Este conocimiento adquirido, aunque sea una capa superficial de suficiencia, será una importante marca para la empresa en el camino de digitalizar su marketing, especialmente si se trata de iniciarse o profundizar en el terreno del posicionamiento SEO.

Si se une una empresa que necesita destacar en su mercado con un consultor SEO o un diseñador web muy apurado o en busca de facturación a toda costa, se obtiene una situación complicada. Una empresa en apuros.

Hay vida después del Kit Digital (y sin él)

Es inapelable que un servicio de SEO management tendrá un coste y que puede llegar a ser prohibitivo para empresas con pocos recursos.

Ahora bien, ¿cómo se espera progresar en una economía digital sin dar este salto de fe?

La empresa industrial necesita preocuparse por el SEO. Y por ello debe ocuparse del SEO un perfil cualificado y al alcance.

En situaciones de duda es cuando más resalta el perfil del consultor freelance, un SEO manager externo será un recurso flexible y escalable ideal para cualquier tipo y tamaño de empresa.

Si además la experiencia demuestra en casos como el sistema de trabajo SEO Growth By Method que se puede crecer mediante SEO, de forma sostenible y con costes contenidos, adentrarse en la digitalización del marketing sin subvenciones deja de ser una aventura para convertirse en un verdadero proceso de crecimiento en la economía digital. Como efecto secundario beneficioso, la empresa cliente adquiere poco a poco una parte esencial del conocimiento traspasado por el experto SEO.

En el sector SEO no son pocos los casos en que, a mayor competencia, mayor volumen de trabajo adquiere un consultor senior competente. Esto parece contraintuitivo, pero se debe a la gran cantidad de chapuzas y malas prácticas que se dan en el mercado.

Al final, lo barato sale caro (insistiendo en que las subvenciones no implican soluciones).

Cuando todo va mal, la empresa se refugiará en profesionales de experiencia probada, buena reputación y gestión transparente y ética.

Datos de contacto:

Ricard Menor

<https://www.seomanager.es/>

+34 690 26 13 70

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

Categorías: [Nacional](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Otras Industrias](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>