

tthegap entiende la estrategia digital siempre alineada a la estrategia de negocio

tthegap desde el 2003 ha realizado más de 200 proyectos webs para compañías de sectores tan importantes como Seguros , Banca, Farmacéutica, Educación, Industrial y Gran Consumo. Con oficinas en Barcelona, Madrid y Salamanca la diferencia de tthegap es que aportan una visión 360º y una orientación total al negocio de sus clientes. tthegap ha desarrollado proyectos para Clientes como Seguros Catalana Occidente, Moehs, AIQS, plazo.es, Just eat, Caixabank Levantina y Floraqueen

La estrategia digital es la base de una estrategia de negocio. tthegap es experta en tratar conjuntamente las prioridades de negocio y la estrategia digital de una empresa ya que obedecen a objetivos comunes y debe estar en consonancia con los intereses de negocio del cliente. Para ello se deben marcar los objetivos y los porqués y para que.

Es decir no se trata de tener una web, un e-commerce, un blog, de lanzar una landing page. No se trata de hacer SEO, de hacer SEM, de crear contenidos, de comprar publicidad en portales determinados o de lanzar e-mail marketing a las BBDD. No se trata de estar presentes en redes sociales por estar, Facebook, pinterest, linkeidn, twitter, Instagram, Tik tok...

Lo primero es sobre el modelo de negocio y los intereses de la empresa:

- .- Cual es el objetivo e interés del negocio.
- .- Cuantos recursos hay para invertir.
- .- Donde acceder a los clientes, ¿son B2B, son B2C?.
- .-Medir todas las acciones.

En segundo lugar el "Telling storing"

- .-Mensajes que se transmitir
- .- Que creatividades y copys transmiten mejor los atributos de una empresa

En tercer lugar el testeo y la medición

.- Herramientas para medir , GA , GTM

.-Persona o agencia experta en interpretar los datos

.- Que acciones están funcionando bien

.- Que mensajes y visuales dan mejor rendimiento

Otro punto fundamental es los recursos propios de la compañía, partiendo en primer lugar de tener los adecuados para poder gestionar la información que vas a recibir. Que persona o personas se van a encargar de interactuar con la Agencia o de realizar directamente todos estos trabajos.

El siguiente punto a tener en cuenta es la tecnología. Uno de los errores más importantes es empezar la casa por el tejado. Es decir si la empresa no tiene un CRM para recoger la información del Funnel de leads que va a recibir, la información estará fragmentada o en BBDD de diferentes soportes y lenguajes de programación (excels, XMLs, BBDD de diferentes ERPs o de los Backs de administración de una web realizada en .net o en lenguaje php con diferentes requisitos para su importación o integración).

A partir de aquí y paso a paso y asesorado por empresas como tthegap, con más de 200 proyectos desarrollados desde 2004, se puede empezar a adentrarse con éxito en estrategias digitales.

Datos de contacto:

Antonio Bernal
932378079

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#), [Madrid](#), [Salamanca](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Oficinas](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>