

**KEC**  
*guiding your goals*

Marketing **Digital** para PYMES

**Experiencia de Usuario.** Factor Clave

# CONTENIDOS

1. La conversión en el mundo offline

Cancelar

Continuar

# La conversión en el mundo offline

# LA CONVERSIÓN EN EL MUNDO OFFLINE

El dependiente de la tienda, la teleoperadora de los seguros, el estilista de la peluquería, etc.



# LA CONVERSIÓN EN EL MUNDO OFFLINE

La calle = Internet



# La conversión en el mundo off-line

## Diferenciación de la marca

### Abercrombie & Fitch



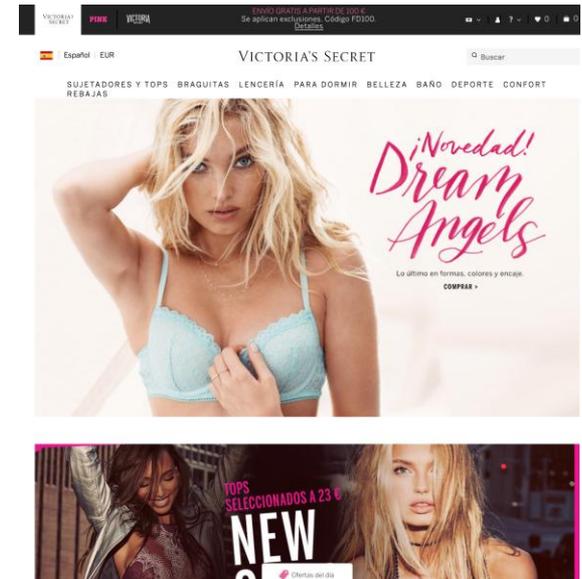
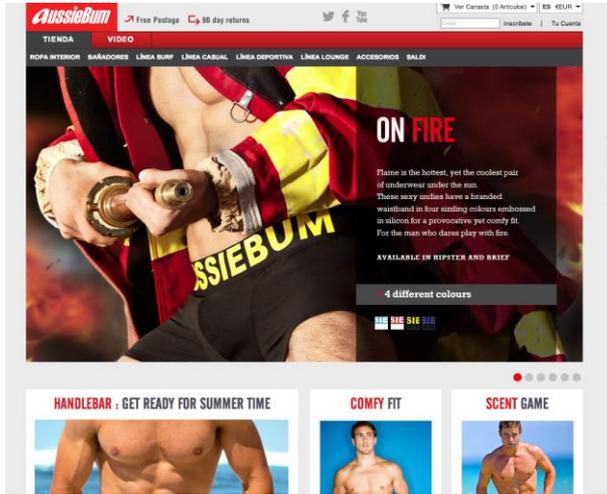
# La conversión en el mundo off-line

## No solo es vender



# La conversión en el mundo off-line

## Coherencia multicanal

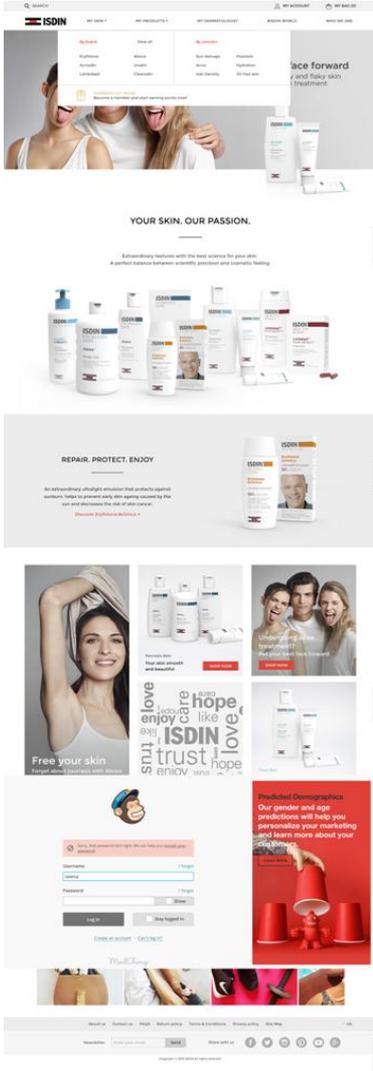


# La conversión en el mundo off-line

## Un paso más allá

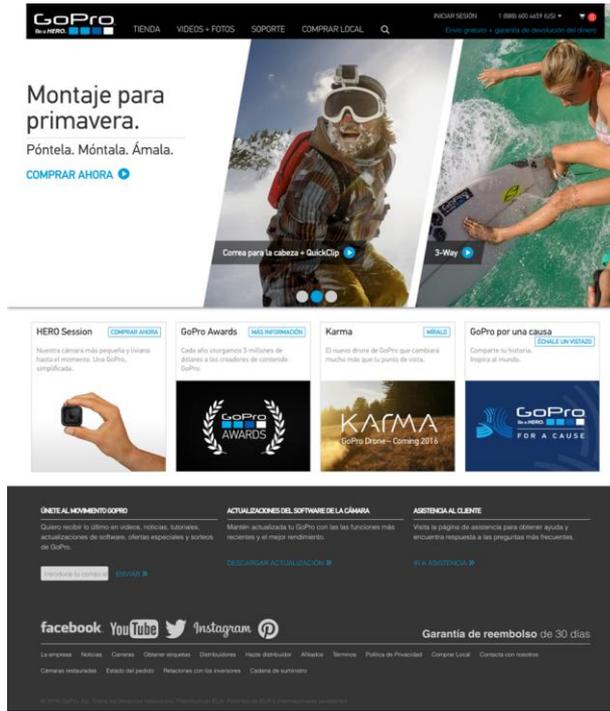


Apalancamiento de los canales off /  
on para completar la experiencia



# LA CONVERSIÓN EN EL MUNDO OFFLINE

La calle = Internet



https://www.isdin.com/us/  
 https://es.gopro.com/  
 http://www.wacom.com/

## ¿A qué llamamos **conversión online**?

*En marketing online, la **conversión se produce en ese momento ‘mágico’ en el que el usuario realiza la acción clave que nos hemos puesto como objetivo.***

Ernesto del Valle, en <http://www.socialmediaycontenidos.com/>

*Una **conversión se produce cuando un usuario hace clic en su anuncio y realiza una acción que ha definido como valiosa para su empresa, como, por ejemplo, realizar una compra online o llamar a su negocio desde un teléfono móvil.***

<https://support.google.com/adwords>

¿Qué es la UX?

# ¿Qué es la UX?

**User Experience**  
(*'ju:zər ɪk'spɪri:əns*), noun:

The sum of a person's emotions and behaviors when **interacting** with a product, system or service.

¿Qué es la UX?



¿Qué es la UX?

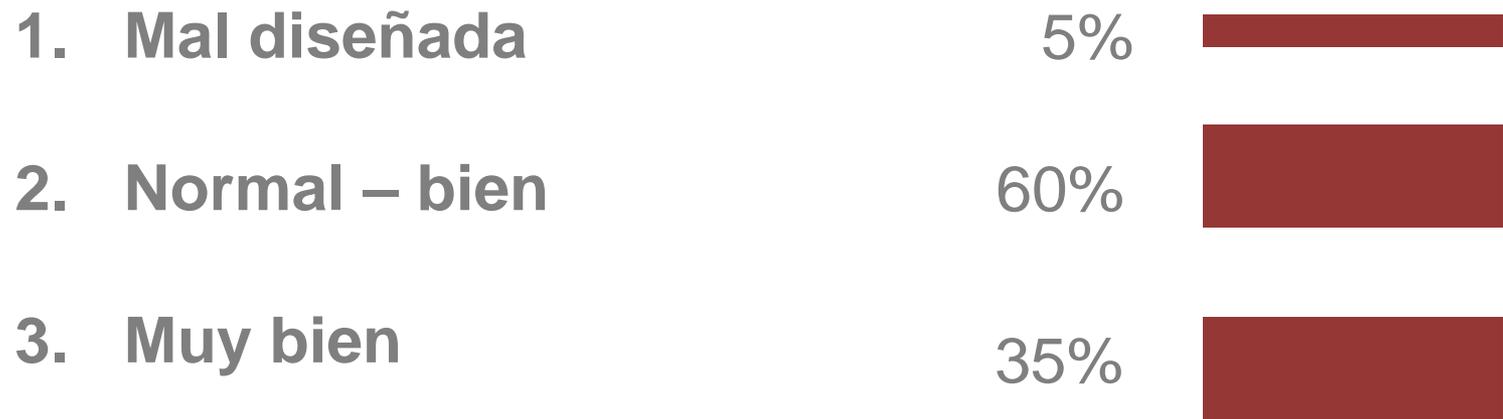
**“Don’t make me think”**

Steve Krug

¿Qué es la UX?



¿Cuántos de los que estáis aquí pensáis que vuestra web está bien diseñada?



¿Cuántos creéis que vuestra web es fácil de entender y utilizar?



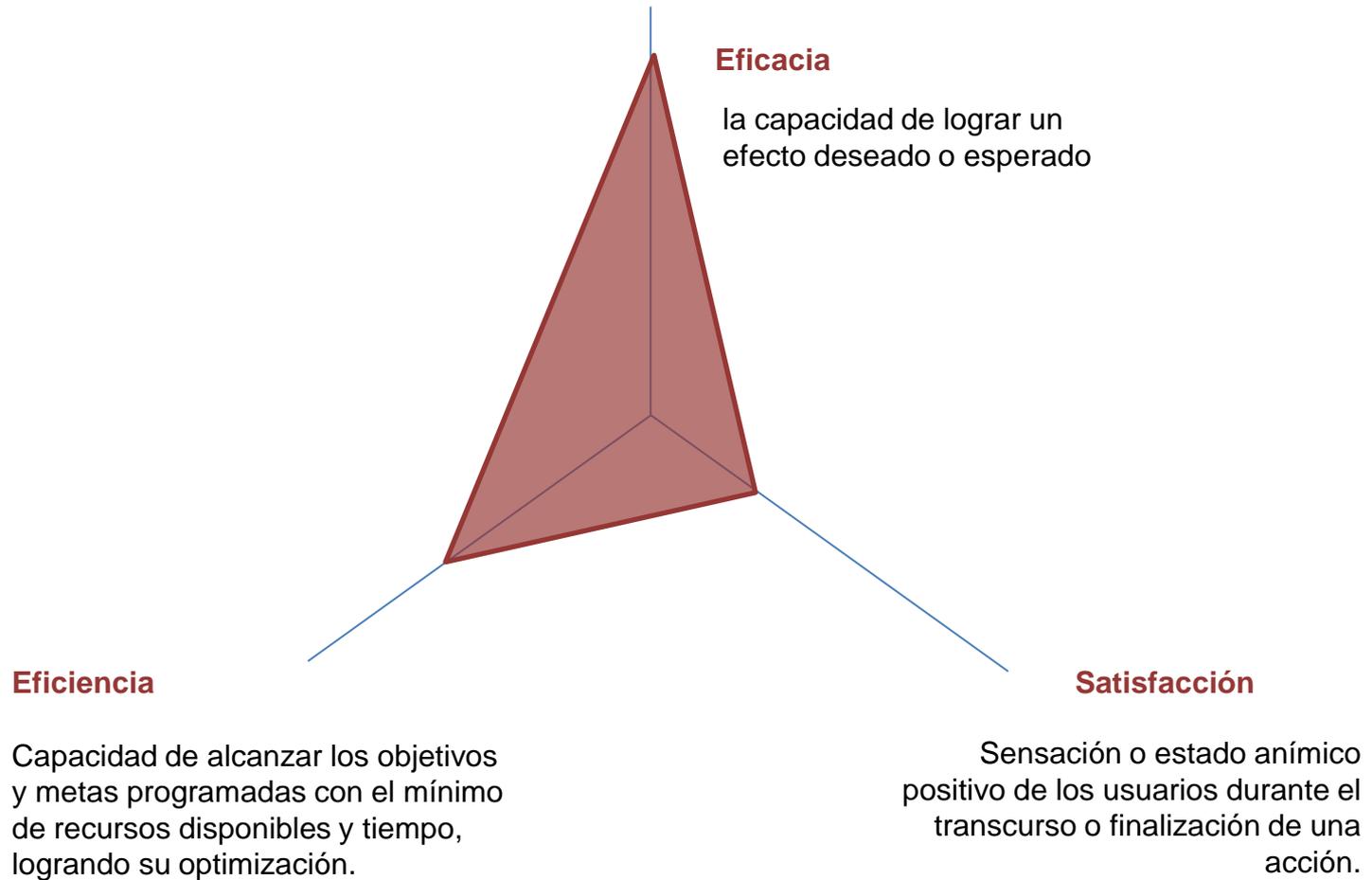
¿Cuántos clientes conseguimos convertir?



¿Cuántos tenéis datos sobre lo que hacen  
vuestros usuarios en la web?



# Los ejes de la experiencia de usuario

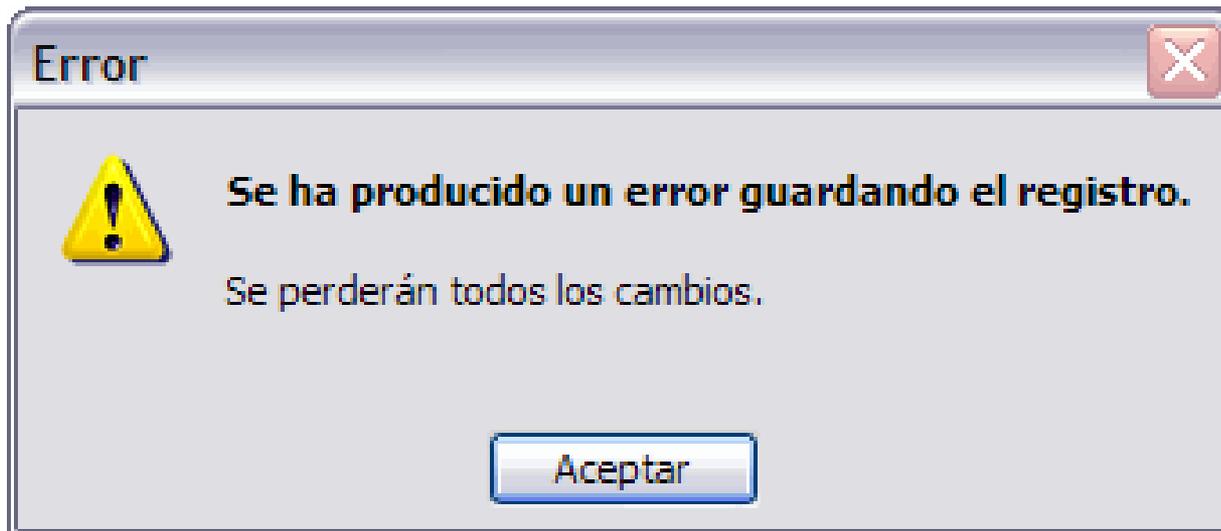
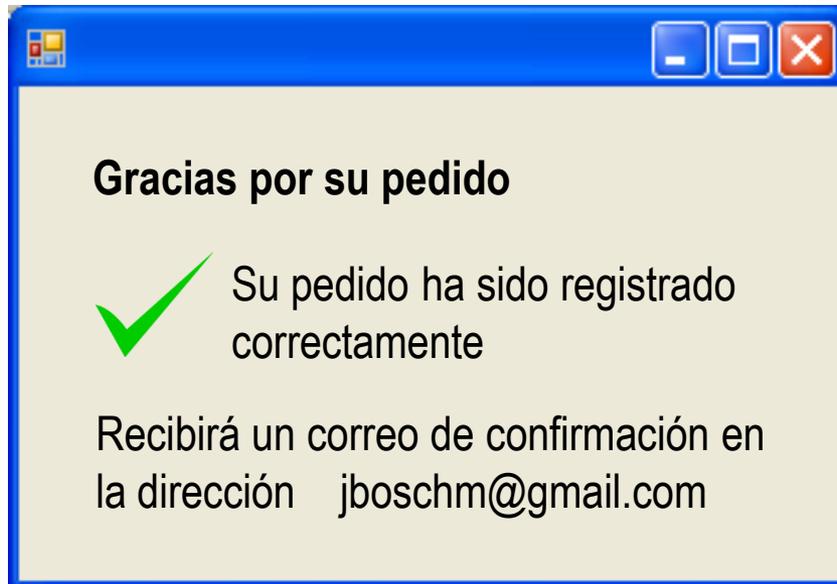


Productos . . .

Servicios . . . .

Soluciones . . .

Experiencias





La experiencia que se lleve nuestro cliente de su relación con nosotros será definitiva . . .



Expectativa

Satisfacción



Sorpresa



EXCELLENCE



# EXCELLENCE



Expectativa  
cumplida

+

Sorpresa

Satisfacción

Excelencia

EXCELLENCE



Expectativa NO  
cumplida

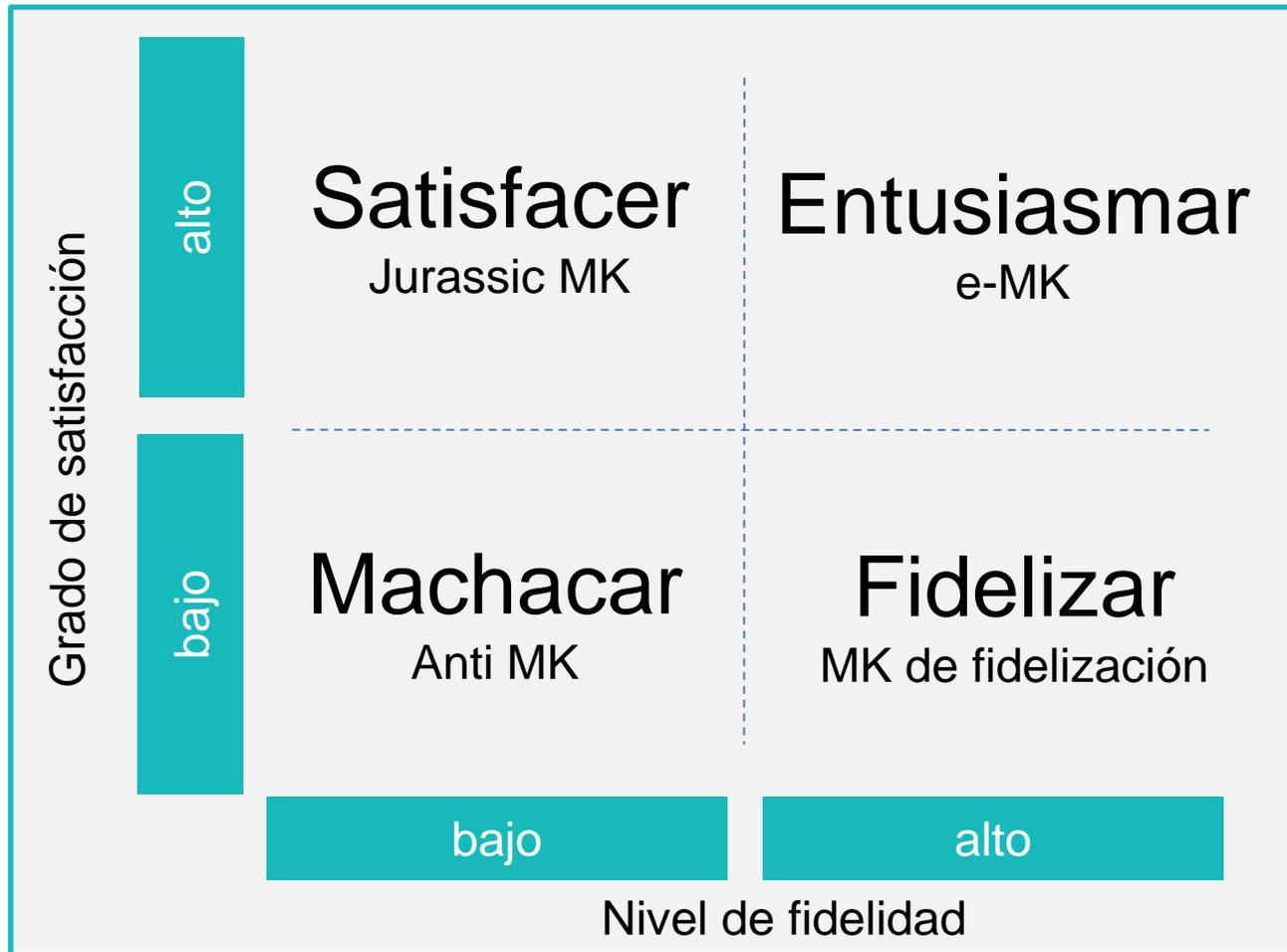
+

Sorpresa

Insatisfacción

Indignación

# La excelencia



# 7 Consejos sobre User Experience

# 7 Consejos sobre User Experience

## 1 CONOCER AL CLIENTE

2 Mirar el mercado

3 Los momentos de oportunidad

4 Hacerlo fácil

5 Que me encuentren

6 Estar vivo

7 Medir, medir y medir



# LOS MILLENNIALS



Multidispositivo

Ubicuo

Breve y detallista

Horario flexible

Impaciente

Hábil

Exigente

Social



Nuevas pautas de consumo

Turismo sostenible

Salud y bienestar

Familias pequeñas / singles

Vidas modales

Envejecimiento población

Economía experiencia

Masstige

# ¿Cómo lo conseguimos?

Preguntar



Encuestas Online



Cocrear



Curiosear

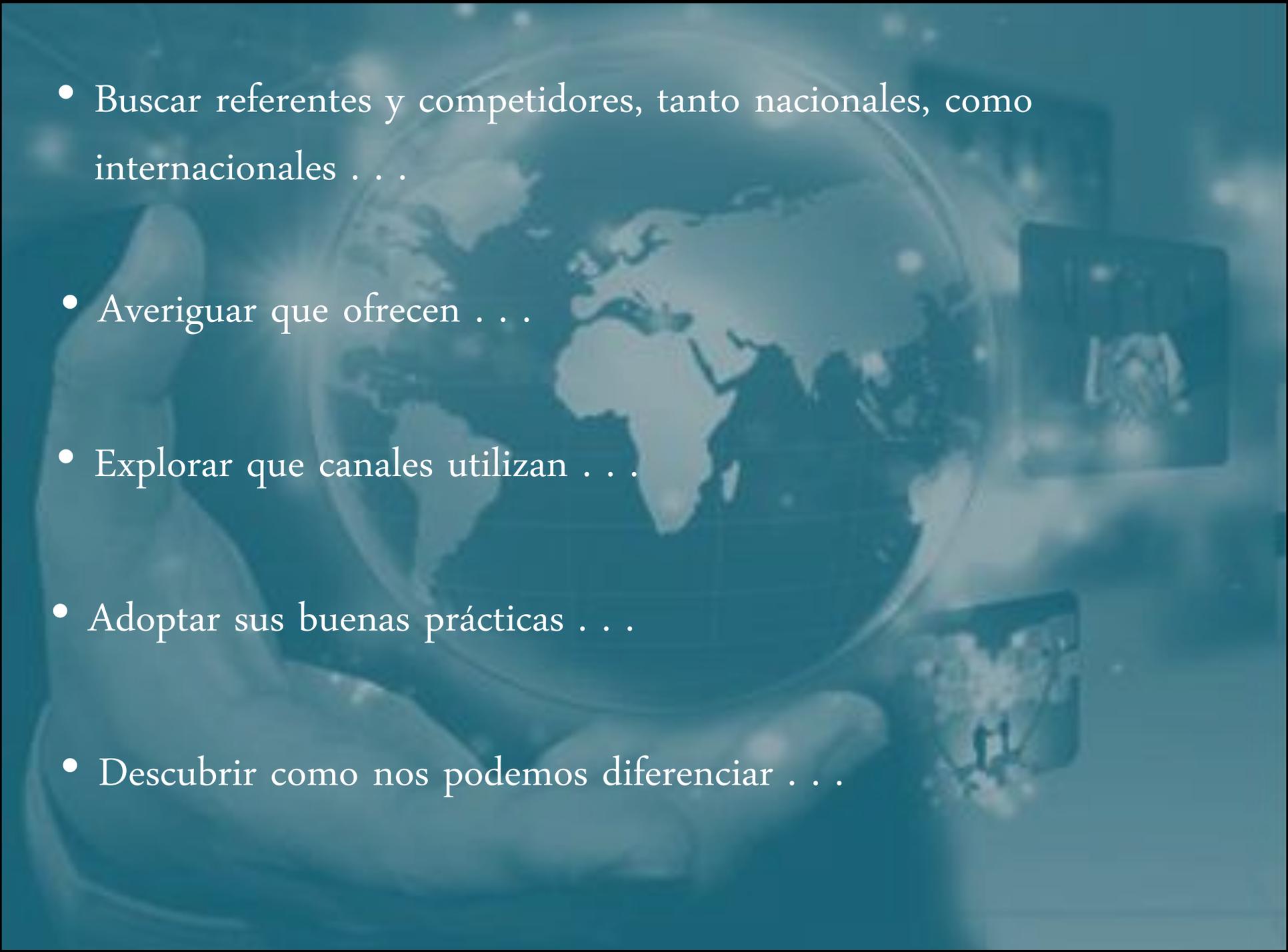


# 7 Consejos sobre User Experience

- 1 Conocer el mercado
- 2 MIRAR EL MERCADO**
- 3 Los momentos de oportunidad
- 4 Hacerlo fácil
- 5 Que me encuentren
- 6 Estar vivo
- 7 Medir, medir y medir

Mirar el mundo



- 
- A hand is shown holding a globe of the Earth. The background is a teal color with faint, glowing icons of a smartphone, a laptop, and a group of people. The text is overlaid on the image.
- Buscar referentes y competidores, tanto nacionales, como internacionales . . .
  - Averiguar que ofrecen . . .
  - Explorar que canales utilizan . . .
  - Adoptar sus buenas prácticas . . .
  - Descubrir como nos podemos diferenciar . . .

# Diferenciarnos



# Diferenciarnos



Empresa de deportes de aventura

King E-client, S.L. - C x V Sudoku Medium x Resultados de la búsqueda x Saudi Arabia - Wikip x G empres

← → ↻ <https://www.google.es/search?q=empresa+de+deportes+de+aventura&espv=2&biw=1745&bih=905&...>

Aplicaciones Correo Calendario Bloc de notas de Facebook KeC Twitter JLI Facebook JLI Y+ Yam

Google empresa de deportes de aventura

Todo Maps Imágenes Noticias Shopping Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 444.000 resultados (0,69 segundos)

**Actividades Multiaventura - Vive una experiencia inolvidable**  
[Anuncio](#) [www.multiaventuralosolivos.com/](http://www.multiaventuralosolivos.com/)  
Si te atreves entra en nuestra web!  
Packs desde 50€ · Multiaventura desde 20€ · Descuentos para grupos · Casa Rural + Aventura

Actividades Multiaventura	Casa Rural + Aventura
Alojamientos Rurales	Paquetes Multiaventura

**Deportes de Aventura - turiaventura.es**  
[Anuncio](#) [www.turiaventura.es/deportes-aventura](http://www.turiaventura.es/deportes-aventura)  
Oferta Packs Multiaventura 2016 Desde 55€, Llamanos Ahora!  
Descarga Nuestro Folleto · Experiencia Certificada · Monitores Cualificados  
Descuento para Grupos · Reserva aquí tu Aventura · Paquetes Fin de Semana

**Aventura y acción social - Actividades de ocio y tiempo libre**  
[Anuncio](#) [www.chomandos.com/](http://www.chomandos.com/)  
Colabora en proyectos de acción  
Proyectos solidarios · Combate láser · Gymkhanas  
Actividades para Grupos · Únete a nosotros · Actividades sin barreras

**Dreampeaks**  
1 reseña · Agencia de excursiones  
Avenida de América, 29 · 915 19 03 10  
Abierto hasta la(s) 21:00

**Yumping Adventure S.L.**  
2 reseñas · Agencia de publicidad  
Calle Saucedá, 10 · 917 90 79 06  
Abierto hasta la(s) 21:00

**139€**  
Oferta

**PACK OFERTA**  
Alojamiento en casa rural (2noches)  
+RAFTING+PAINTBALL+KARTS

**VER OFERTA**

**Pide Información**

Introduce tu Nombre

Dirección de Email

Numero de Telefono

En qué podemos Ayudarte?

**ENVIAR**

**¿QUÉ ESTÁS BUSCANDO?**

Paquetes **Multiaventura**

Tipo de Paquete

Tipo de Alojamiento

Noches de Alojamiento

Numero de Multiaventuras

Precio

Regimen de Comidas

Extras

Paquetes Espectáculo  Discoteca

Barra Libre  Circuito de Spa

**DEPORTES DE AGUA**



**¡Contacta con Turiaventura!**

**Dasha**  
Coordinadora de Turiaventura  
Hablo español

**¡Buenos días, bienvenido! ¿Necesitas información sobre nuestras actividades? ¿Puedo ayudarte?**

Escribe aquí tu consulta

**Enviar**

Llámame Yo te llamo

powered by livebeep.com

# Diferenciarnos



# 7 Consejos sobre User Experience

- 1 Conocer el mercado
- 2 Mirar el mercado
- 3 LOS MOMENTOS DE OPORTUNIDAD**
- 4 Hacerlo fácil
- 5 Que me encuentren
- 6 Estar vivo
- 7 Medir, medir y medir

# El customer journey



# El customer journey

## Customer Journey

Compromiso	Primeros pasos	Contrataciones	Compra vestido	Invitación	Wedding Day	Luna de miel
Búsqueda del anillo de compromiso.	Definir la temática de la boda y definir el "dress code"	Reservar la iglesia o juzgado	Definir cual es el vestido de sus sueños.	Diseñar invitaciones	Comprobar que todo esta correcto (comida, fotógrafo, música...)	Empezar a buscar destinos de viajes de novios
Comunicación a la familia y elección de testigos, damas honor y padrino.	Definir presupuesto y recopilar ideas.	Contratar catering, dj, decoración, desplazamiento invitados...	La novia programa citas en dif. tiendas para encontrar su vestido ideal.	Recopilar direcciones	Preparación de la novia (maquillaje, peluquería...)	Por último , planifique su luna de miel
Comprar los regalos de compromiso.	Buscar lugar y fecha	Preparar los detalles de los invitados.	Elección de los vestidos de las damas de honor	Realizar el envío de las invitaciones	Recepción de los invitados	Enviar tarjetas de agradecimiento.

# Customer Journey

## Etapas

- Nos descubre
- Siente curiosidad
- Muestra interés
- Accede
- Nos desea
- Vendemos
- Nos relacionamos

Clin  
www.  
Fund  
Denta

Fundada en 1989 por el Dr. [redacted]. Situada en el distrito Fuencarral-El pardo. Clínica  
Dental en Fuencarral | **Dentista** en la coma.

Inicio - Fernando Soria | Clínica Dental en Madrid | Dentista Madrid  
www.fernandosoria.com/ ▾  
CONSULTA GRATUITA →. Open/Close Menu Fernando Soria | Clínica Dental en Madrid | **Dentista**  
Madrid Mejor Clínica Dental Madrid.. Skip to content.

Den  
www.  
Conta

CONSULTA GRATUITA →. Open/Close Menu Fernando Soria | Clínica Dental en Madrid | **Dentista**  
Madrid Mejor Clínica Dental Madrid.. Skip to content.

Dentistas en COMUNIDAD DE MADRID | Dentista en Tu Ciudad ...  
dentistaentuciudad.com/comunidad-de-madrid/ ▾  
... clínicas odontológicas. Todos los **dentistas** de España clasificados por provincia. Solicite  
presupuestos a **dentistas** de COMUNIDAD DE MADRID

Den  
clínic  
Denti  
impla

**Dentista** en Valdemoro, en la zona nueva de Valdemoro. Somos especialistas en estética dental,  
implantes, ortodoncia, invisalign, blanqueamiento, limpieza, ...

Clínica Estética Dental y Cirugía Maxilofacial - Dentista Madrid  
www.clinicanavarrovila.com/ ▾  
Clínica Navarro Vila, clínica de Estética Dental. Cirugía Maxilofacial, implantología y Odontología  
general. Su **Dentista** en Madrid.

Cierre sorpresa de otra clínica dental: sin dientes y  
www.abc.es/.../abci-cierre-sorpresa-otra-clinica-dental-sin-diente  
15 abr. 2016 - Tenía cita a las 10.30 de la mañana en MI **Dentista**, loc  
centro comercial Islazul (Carabanchel). Se encontró ...

El dentista holandés que torturaba a sus pacientes  
www.elconfidencial.com/.../el-dentista-holandés-que-torturaba-a  
27 abr. 2016 - Su historia provocará pesadillas a más de uno que, ya  
**dentista**: el pasado martes, un tribunal francés condenó a ...

COEHU | Ilustre Colegio Oficial de Dentistas de Huelva  
www.coehu.com/ ▾  
Novedades Facebook Colegio **Dentistas** Huelva Últimas noticias en F  
shared Consejo Andaluz de Colegios Oficiales de Dentistas's ...

Dentista Sierra de Madrid  
Anuncio www.esteticadentallosmolinos.com/ ▾

Mas de 15 años de experiencia en estética dental, implantes,  
ortodoncia, limpieza, . . . PRIMERA VISITA GRATUITA

# Customer Journey

Etapas

Procesos de cliente

- Alta
- Acreditación
- Acceso
- Información
- Interacción
- Confirmación
- Baja

## Selecciona el importe del donativo

30 €  60 €  120 €  Otro

Destino:\*

Emergencia: Crisis de refugiados

## Introduce tus datos personales

Particular  Empresa

Nombre:\*

Apellidos:\*

País:\*

España

Correo electrónico:\*

Teléfono de contacto:\*

## Introduce la forma de pago

Tarjeta de crédito  Cuenta bancaria

Tipo tarjeta:\*

- Selecciona -

Número tarjeta:\*

Mes Caduc. \*

- Selecciona -

Soy mayor de 16 años.\*

Acepto la política de protección de datos.\*

**Nos hemos dado cuenta de que estabas realizando una donación y no has terminado el proceso.**

¿Necesitas ayuda? Déjanos tu teléfono y te llamamos. ¡Gracias por colaborar con



Número de teléfono

**TE LLAMAMOS AHORA**

Acepto los términos y condiciones

# Customer Journey

Etapas

Procesos de cliente

Las 3 preguntas



Qué le estoy dando a mi cliente y creo que le encanta



Qué le estoy dando a mi cliente y no le debe gustar nada



Qué NO le estoy dando a mi cliente y le encantaría

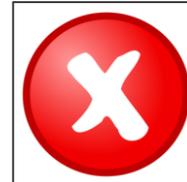
## Customer Journey

Etapas

Procesos de cliente

Las 3 preguntas

¿Qué podemos hacer?



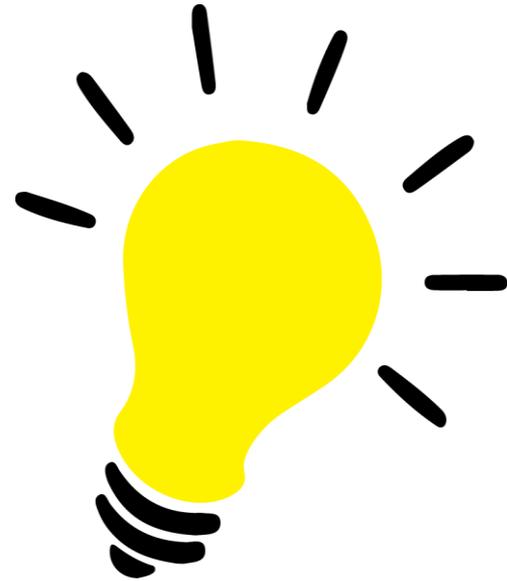
## Customer Journey

Etapas

Procesos de cliente

Las 3 preguntas

¿Qué podemos hacer?



# 7 Consejos sobre User Experience

- 1 Conocer el mercado
- 2 Mirar el mercado
- 3 Los momentos de oportunidad
- 4 HACERLO FÁCIL**
- 5 Que me encuentren
- 6 Estar vivo
- 7 Medir, medir y medir

# DON'T MAKE ME THINK

A COMMON SENSE APPROACH TO WEB USABILITY  
by STEVE KRUG

Los usuarios, vuestros clientes, no quieren aprender a utilizar vuestros entornos.



**EFICACIA**



**EFICIENCIA**

**SATISFACCION**



Movilidad

# Responsive Design

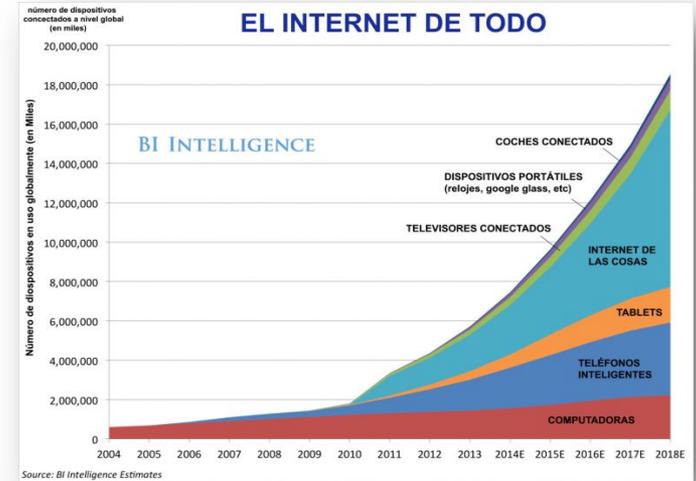
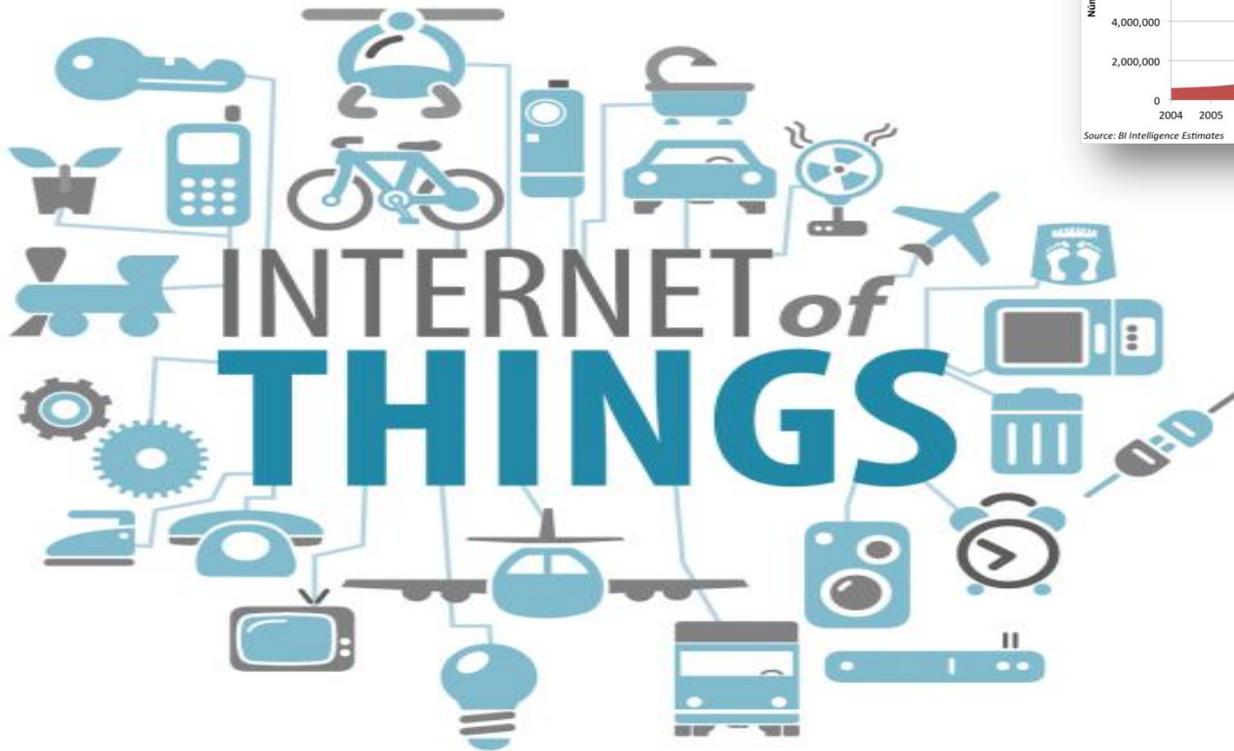
Smartphones, laptops, tablets y routers inalámbricos con conexión a celular



# Responsive Design



# Responsive Design → Adaptive Design





Movilidad

Intuitividad

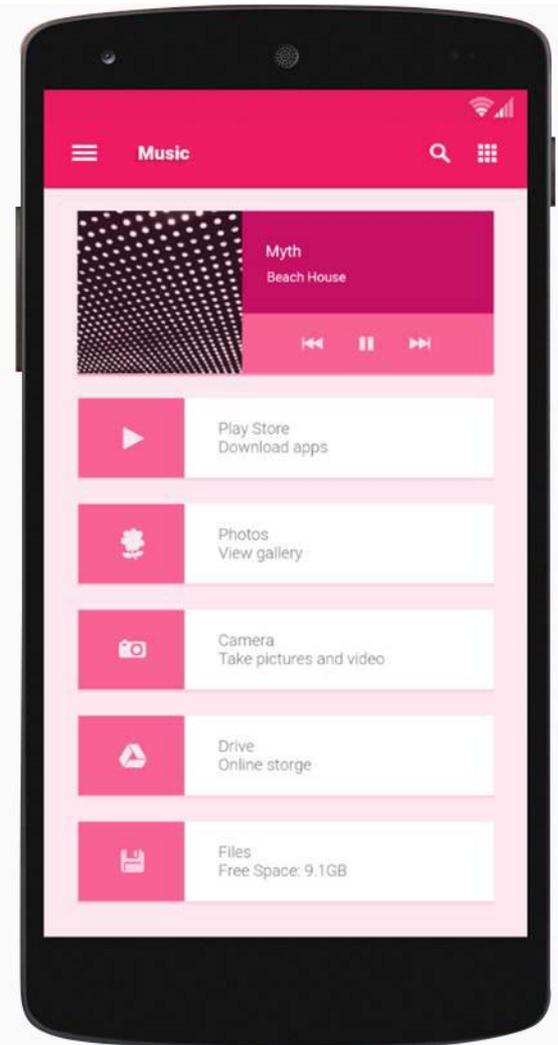
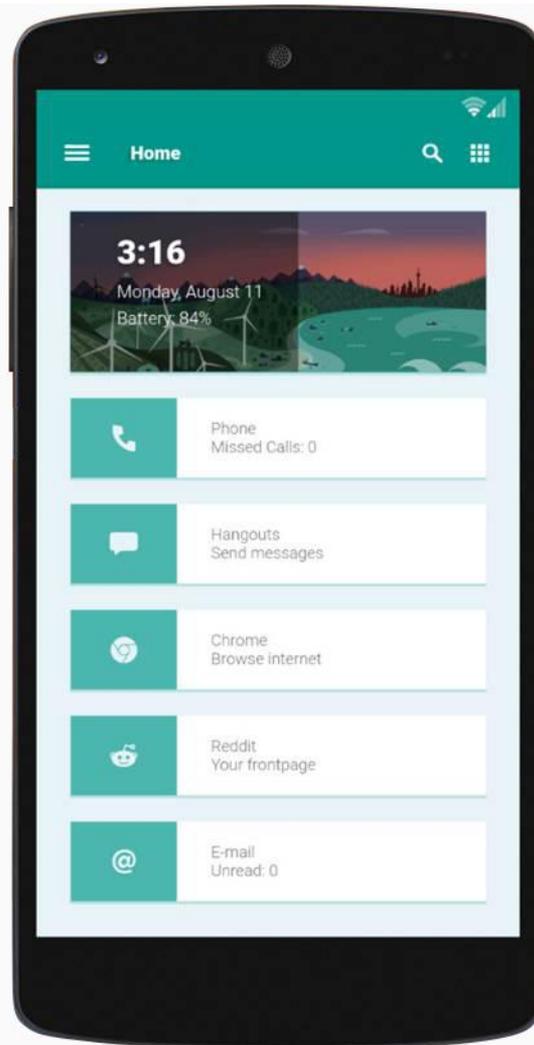
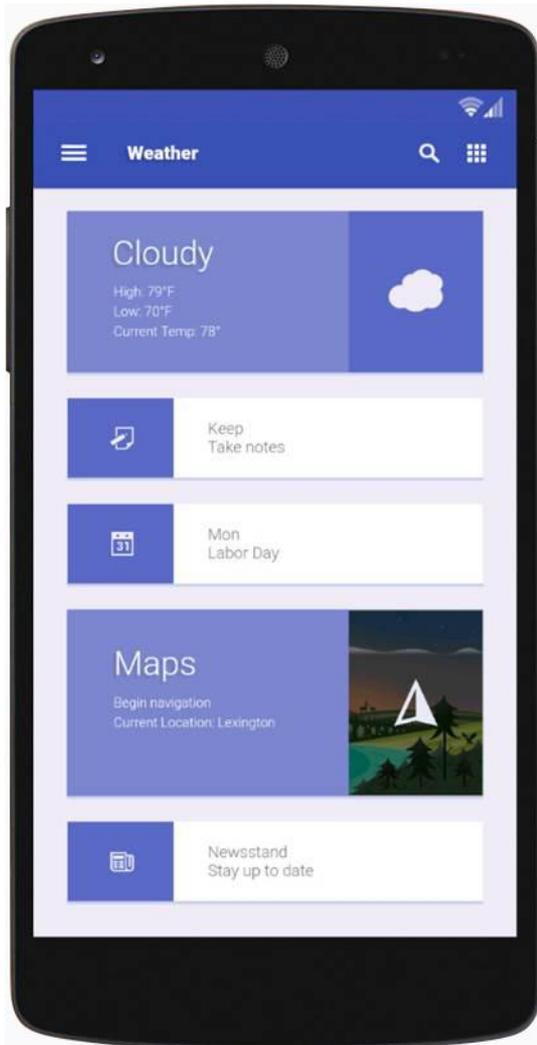
# Flat Design



# Flat Design



# Flat Design → Material Design



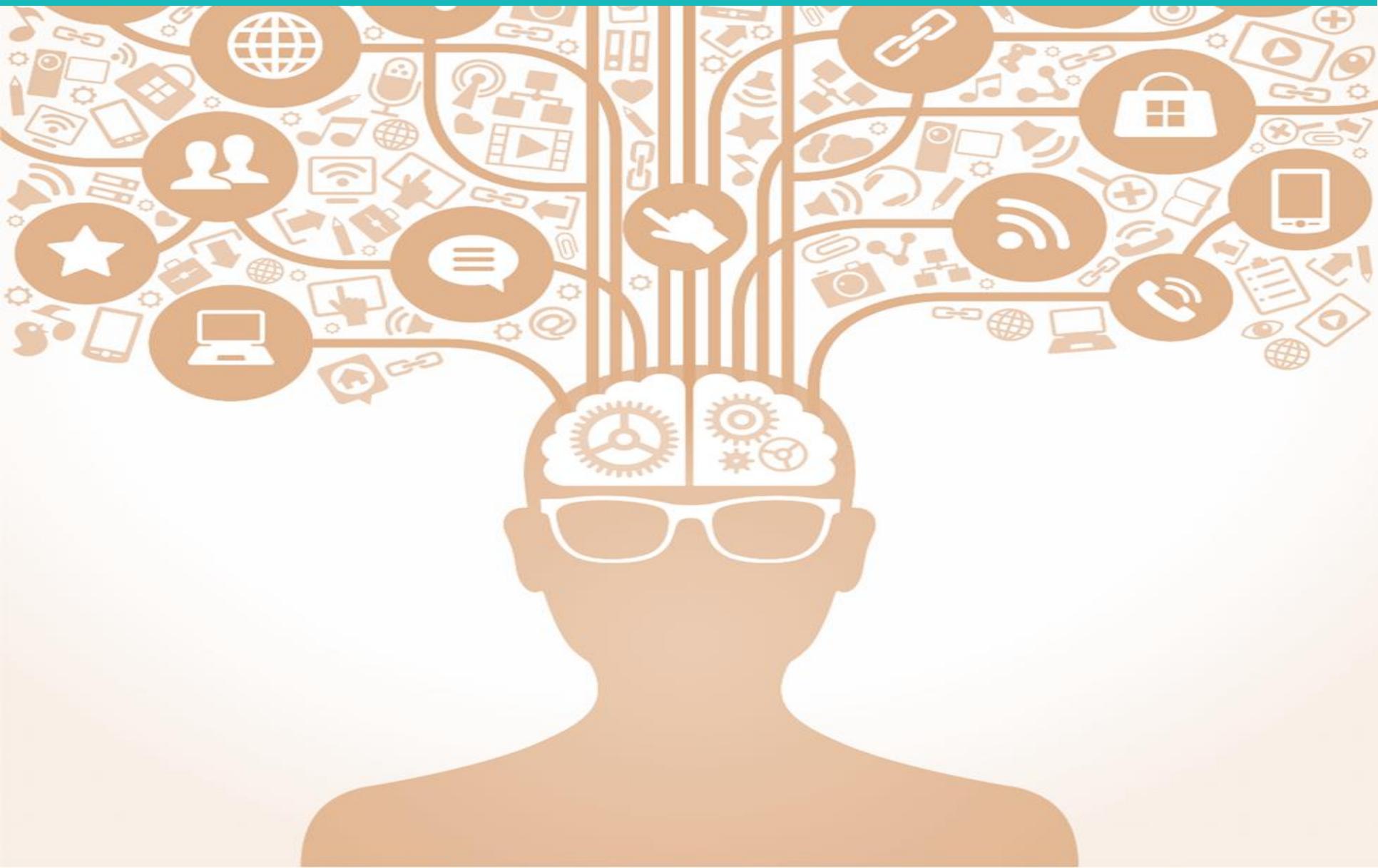


Movilidad

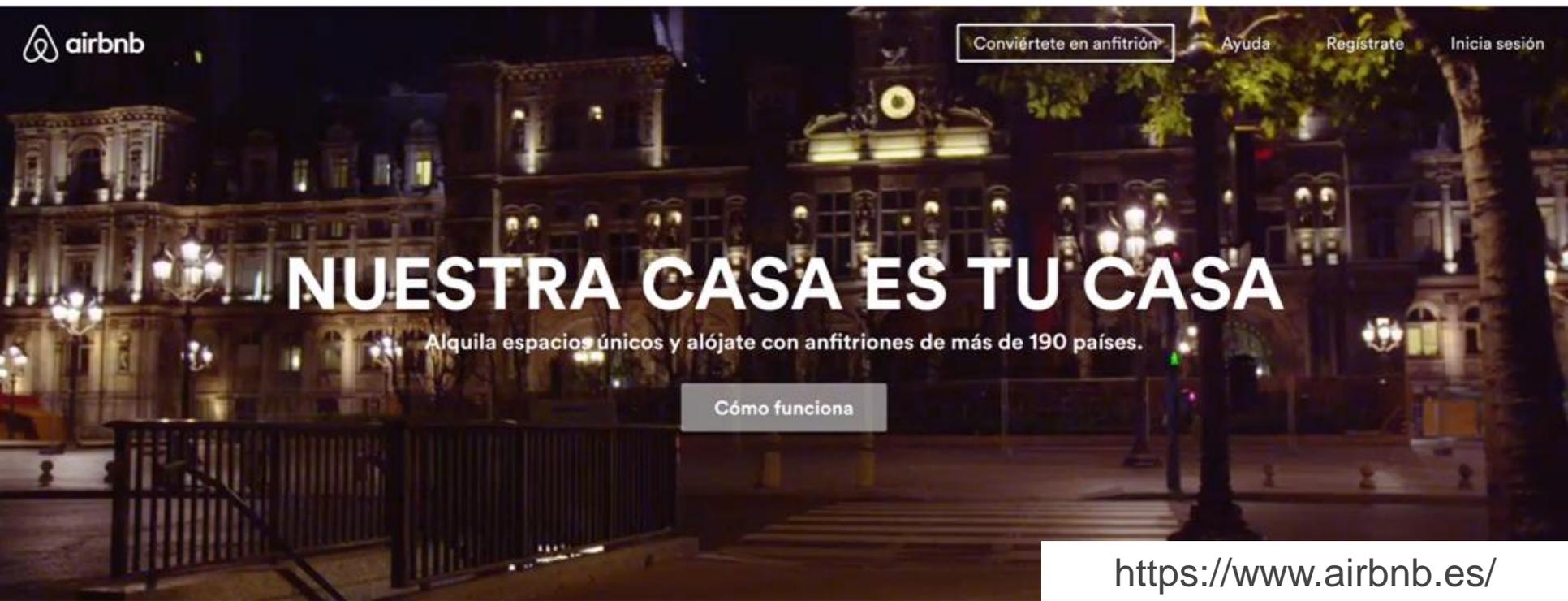
Intuitividad

Contenido

# Content Design



Díselo con palabras  
Ofrece una propuesta de valor clara

A screenshot of the Airbnb homepage. The background is a night view of a grand, illuminated building with a clock tower. The Airbnb logo is in the top left. Navigation links for 'Conviértete en anfitrión', 'Ayuda', 'Regístrate', and 'Inicia sesión' are in the top right. The main headline 'NUESTRA CASA ES TU CASA' is centered in large white letters. Below it is the sub-headline 'Alquila espacios únicos y alójate con anfitriones de más de 190 países.' A 'Cómo funciona' button is centered below the sub-headline. A white box in the bottom right corner contains the URL 'https://www.airbnb.es/'.

airbnb

Conviértete en anfitrión Ayuda Regístrate Inicia sesión

# NUESTRA CASA ES TU CASA

Alquila espacios únicos y alójate con anfitriones de más de 190 países.

Cómo funciona

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

# Díselo con palabras Cuéntalo de forma clara y concisa



The image shows a promotional banner for the ANY.DO app. At the top left is the ANY.DO logo, which consists of a white checkmark inside a dark grey arrow pointing right. To the right of the logo are the words "ANY.DO", "PREMIUM", "BUSINESS", and "BLOG" in a clean, sans-serif font. On the far right is a blue button with the text "REGÍSTRATE GRATIS" in white. The main headline reads "Realiza tus tareas como un profesional." in a large, white, serif font. Below this is a sub-headline: "TODAS TUS LISTAS Y TAREAS PERFECTAMENTE SINCRONIZADAS EN TODOS TUS DISPOSITIVOS" in a smaller, white, sans-serif font. In the center, a white smartphone is shown displaying the app's interface. The screen shows a list of tasks under the heading "ALL". The tasks are: "Buy groceries for dinner", "Call Stacey Hamilton" (with a green WhatsApp icon), and "Pick up laundry from dry cleaners". Below these are sections for "TODAY" and "TOMORROW", each with a plus sign icon. The "TOMORROW" section lists "Book flight tickets to Thailand". The background of the banner is a photograph of a modern apartment building with a large tree in the foreground.

ANY.DO PREMIUM BUSINESS BLOG

REGÍSTRATE GRATIS

# Realiza tus tareas como un profesional.

TODAS TUS LISTAS Y TAREAS PERFECTAMENTE SINCRONIZADAS EN TODOS TUS DISPOSITIVOS

ALL

TODAY +

- Buy groceries for dinner
- Call Stacey Hamilton 
- Pick up laundry from dry cleaners

TOMORROW +

- Book flight tickets to Thailand

<https://www.any.do/>

Díselo con palabras  
Ofrece una propuesta de valor clara

## iPad Pro

No es un ordenador. Es un superordenador.  
Ahora en dos tamaños.

[Más información >](#) [Ver el vídeo ▶](#) [Ver la presentación ▶](#)



<http://www.apple.com/>

# Díselo con palabras

## Ofrece una propuesta de valor clara

# Prestaciones increíbles, diseño sencillo



### Agenda diaria

El "Momento Any.do" es la función para planificación diaria que estabas esperando.



### Comparte y delega

Comparte tus tareas con tu familia, amigos y compañeros de trabajo para conseguir un buen trabajo en equipo.



### Adjunta archivos

Adjunta casi cualquier clase de archivo a tus tareas y consúltalo en cualquier dispositivo.



### Sincronización entre dispositivos

Tendrás tus tareas siempre contigo. En cualquier momento y en cualquier dispositivo.



### Notas

Añade notas a tus tareas para asegurarte de que tienes toda la información necesaria para completarlas.



### Subtareas

Divide proyectos grandes en tareas más pequeñas. También es ideal para la lista de la compra.

<https://www.any.do/>

# Díselo con palabras

## Agrupar la información



Asientos

Más información



Info vuelo

Ver información



Horarios

Ver horarios



Mapa de rutas

Destinos

### OTRAS OPERACIONES DE VIAJE

- CAMBIOS
- ANULACIONES
- ABONOS/BONO AVE
- MIS VIAJES
- COMPRA CON LOCALIZADOR
- FACTURA ONLINE

### OTROS PRODUCTOS RENFE

- VIAJES INTERNACIONALES
- RENFE SPAIN PASS
- TRENES TURÍSTICOS
- TRENES TEMÁTICOS



**HORARIOS Y PRECIOS**

AVE, LD, AVANT Y MD



**CERCANÍAS Y FEVE**

LÍNEAS Y HORARIOS



**TARJETAS RENFE**

+RENFE Y +RENFE JOVEN 50



**VIAJAR EN FAMILIA**

DESCUENTOS PARA TODOS

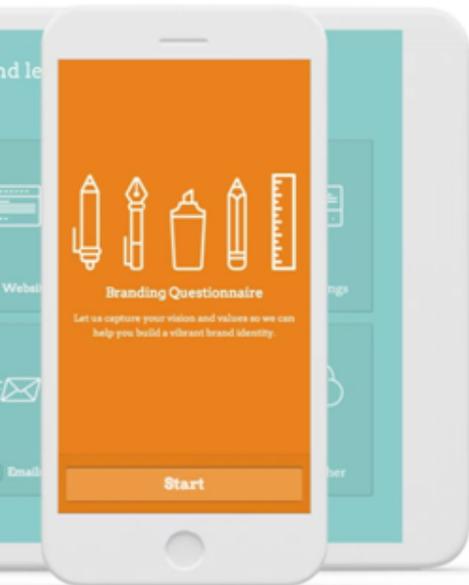
<https://www.ryanair.com/>  
<http://www.renfe.com/>

# Díselo con palabras

## Son personas hábiles, háblales su idioma

Typeform

Log in

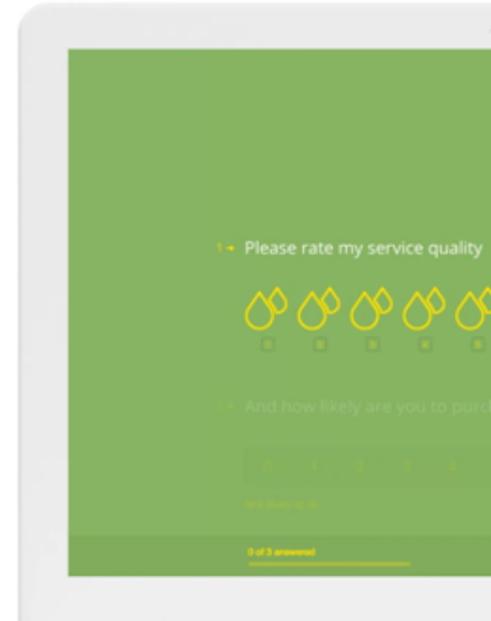


Goodbye forms. Hello typeforms.

Get started now

(No sign up required. Yay!)

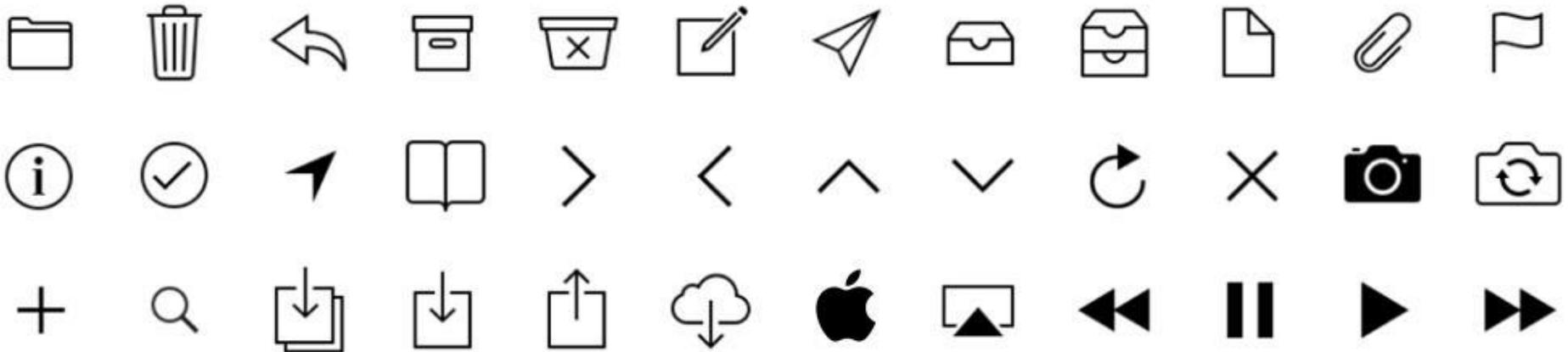
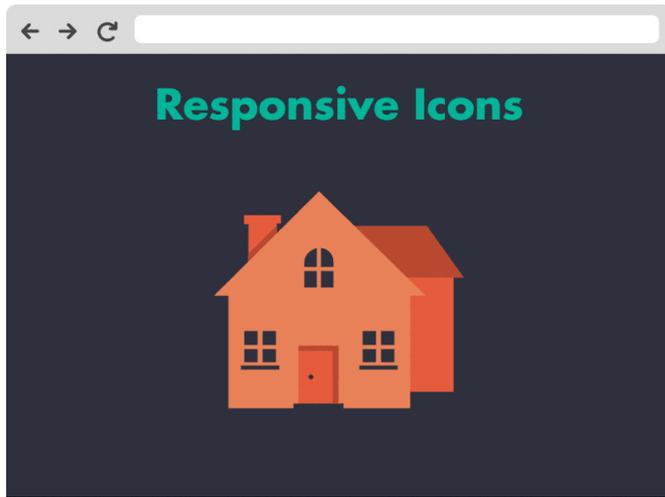
How can I use Typeform?



<https://www.typeform.com/>

# Díselo con imágenes

## Usa iconos



# Díselo con imágenes

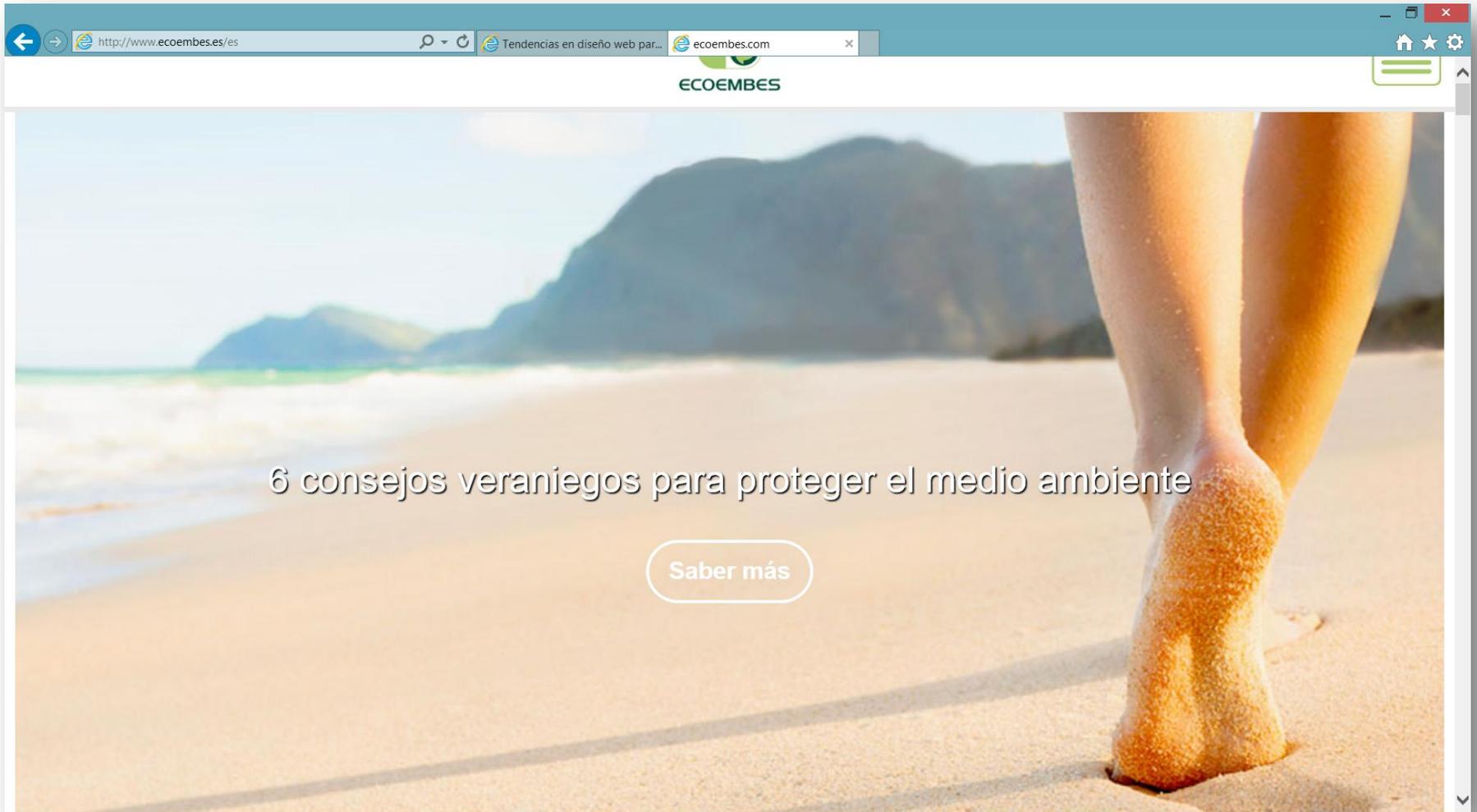
## Usa iconos



The image is a screenshot of a web browser displaying the Apple website's iPad Pro product page. The browser's address bar shows 'www.apple.com'. The navigation bar includes links for Mac, iPad, iPhone, Watch, TV, Music, and Support. The main content area features the text 'iPad Pro' and the tagline 'Thin. Light. Epic.' Below this, there are links for 'Learn more >' and 'Watch the film ▶'. The central visual is a large iPad Pro tilted at an angle, displaying a high-resolution image of the planet Jupiter. At the bottom of the page, there are four promotional tiles: 'iPad mini 4' with images of the device, 'iOS 9 Now available.' with an iPhone icon, 'Introducing Apple Pencil For iPad Pro.' with an image of the pencil, and 'Apple MUSIC' with a keyboard image and the text 'Free, three-month trial now available!'. The browser's status bar at the bottom shows a download icon and the text 'Mostrar todas las descargas...'. The browser's tab bar at the top shows several open tabs, including 'Aplicaciones', 'Correo', 'Calendario', 'Bloc de notas d...', 'Twitter KeC', 'Facebook KeC', 'Twitter JLI', 'Facebook JLI', 'Bid Away - ope...', 'Ys Yammer', 'Invítame a un c...', 'Trello', and 'Nueva pestaña'.

# Díselo con imágenes

## Usa imágenes



# Díselo con imágenes

## El valor de la empatía



The image shows the BBVA website interface. At the top left is the BBVA logo. To its right are navigation links: "Particulares", "Banca Personal", "Banca Privada", "Autónomos", "Empresas", and "Instituciones". Further right are icons for "Ayuda Urgente", "Tarifas", "Oficinas y cajeros", and a globe icon. Below these are two buttons: "Acceso Clientes" (blue) and "Hazte Cliente" (green). A dark blue navigation bar contains icons and text for "Cuentas y Tarjetas", "Hipotecas y Préstamos", "Ahorro e Inversión", and "Seguros", along with a search icon. The main content area features a background image of a smiling woman. Overlaid on this image is the text: "Abrir tu cuenta online es llevarte todas estas ventajas **sin comisiones**". Below this text is a green button that says "HAZTE CLIENTE ONLINE". At the bottom right, a white box contains the URL "https://www.bbva.es".

**BBVA** Particulares | Banca Personal | Banca Privada | Autónomos | Empresas | Instituciones

Ayuda Urgente | Tarifas | Oficinas y cajeros

Acceso Clientes | Hazte Cliente

Cuentas y Tarjetas | Hipotecas y Préstamos | Ahorro e Inversión | Seguros

**Abrir tu cuenta online** es llevarte todas estas ventajas **sin comisiones**

HAZTE CLIENTE ONLINE

<https://www.bbva.es>

# Díselo con imágenes

## El valor de la mirada



The image shows the BBVA website interface. At the top left is the BBVA logo. To its right is the text "Particulares" followed by a list of services: "Banca Personal", "Banca Privada", "Autónomos", "Empresas", and "Instituciones". Further right are icons for "Ayuda Urgente", "Tarifas", "Oficinas y cajeros", and a globe icon. Below these are two buttons: "Acceso Clientes" (blue) and "Hazte Cliente" (green). A dark blue navigation bar contains icons and text for "Cuentas y Tarjetas", "Hipotecas y Préstamos", "Ahorro e Inversión", and "Seguros", along with a search icon. The main content area features a background image of a smiling woman. Overlaid on this is the text: "Abrir tu cuenta online es llevarte todas estas ventajas **sin comisiones**". Below this text is a green button that says "HAZTE CLIENTE ONLINE". At the bottom right, a white box contains the URL "https://www.bbva.es".

**BBVA** Particulares | Banca Personal | Banca Privada | Autónomos | Empresas | Instituciones

Ayuda Urgente | Tarifas | Oficinas y cajeros

Acceso Clientes | Hazte Cliente

Cuentas y Tarjetas | Hipotecas y Préstamos | Ahorro e Inversión | Seguros

**Abrir tu cuenta online** es llevarte todas estas ventajas **sin comisiones**

HAZTE CLIENTE ONLINE

<https://www.bbva.es>

# Díselo con imágenes

## El factor inspiracional

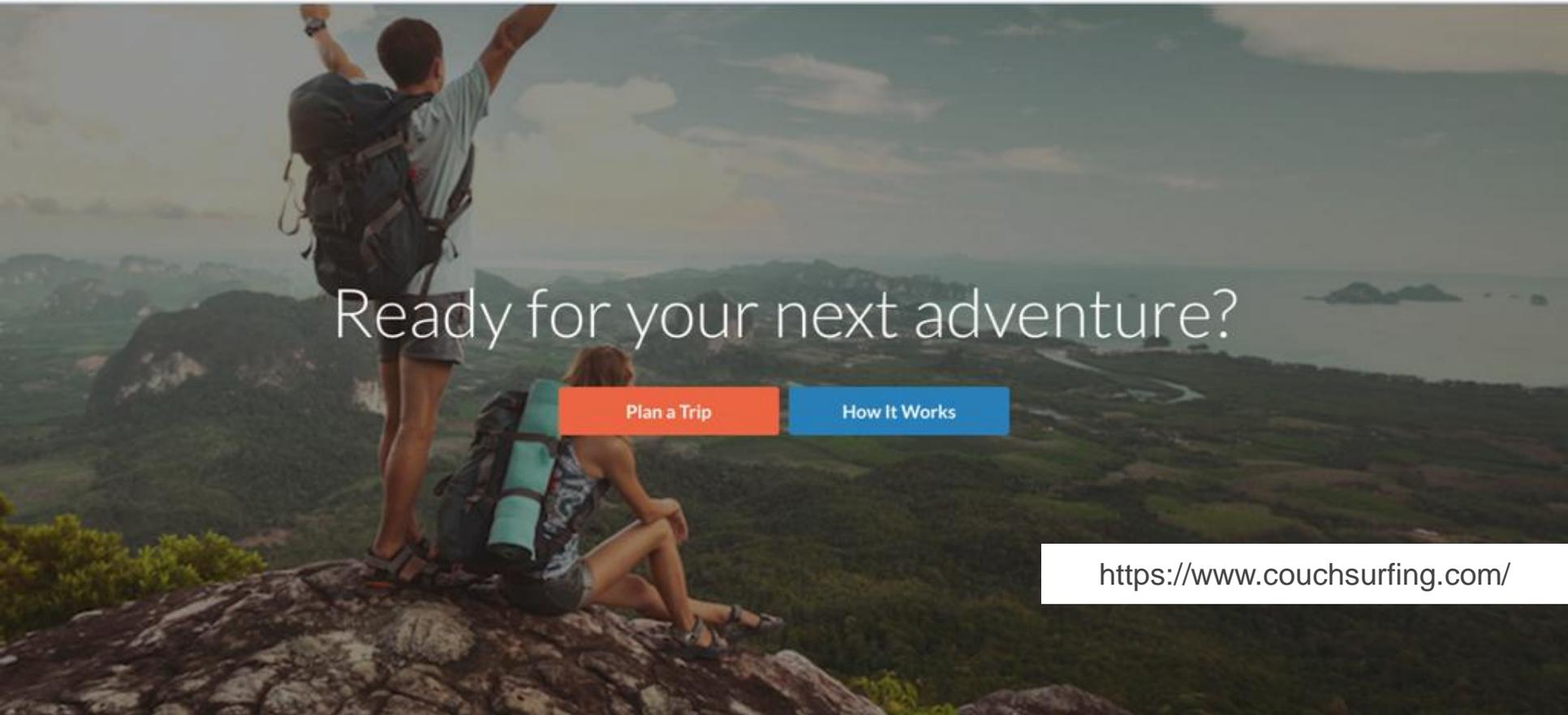
couchsurfing

HOW IT WORKS

SAFETY

Join

Log In



Ready for your next adventure?

Plan a Trip

How It Works

<https://www.couchsurfing.com/>

# Díselo con imágenes

## El factor inspiracional



# Díselo con vídeos

## La clave

El 80% de todo el tráfico de Internet será formato vídeo en 2019

Fuente: [Cisco Visual Networking Index](#)

El 66% de las instituciones de educación superior utilizan el vídeo para promover la enseñanza a distancia.

El 96% de las empresas B2B hacen vídeo marketing online (Fuente: [2.015 B2B Vídeo content Survey Marketing](#))

Un 16% de los sitios web cuentan con un vídeo en su página de inicio.

YouTube es el segundo buscador más usado, después de Google

El 60% de los consumidores se siente más seguro a la hora de comprar productos en la web si éstos vienen explicados a través de un vídeo.

Una página web con un vídeo aumenta en un 53% las posibilidades de posicionarse en la primera página de resultados.

En la actualidad se está subiendo una media de 400 horas de vídeo por minuto en YouTube

# Díselo con otros formatos Infografías

En una instalación informática, en 6 meses  
El valor de la **información** > El valor del **hardware**

Las empresas sufren si no dominan correctamente  
la gestión de DATOS, porque necesitan:



**55%** de las empresas con centro propio  
acaban **externalizando**

**DATA CENTERS**

El crecimiento de los datos es espectacular

**Era del BIG DATA**

200 millones de documentos en línea  
300 millones de fotografías en línea  
400 millones de horas de video en línea  
200 millones de documentos en línea  
100 millones de documentos en línea  
100 millones de documentos en línea

Causado por el despliegue TI

En una instalación informática, en 6 meses  
El valor de la información > El valor del hardware

Las empresas sufren si no dominan correctamente  
la gestión de DATOS, porque necesitan:

Información 24/7  
Calidad + Seguridad  
Reacción a incidentes  
Evolución Tecnológica

**55%** de las empresas con centro propio  
acaban externalizando

**DATA CENTERS**  
La mejor solución para las empresas

Gran respuesta - Alta rentabilidad - Evolución asegurada

Housing 50% en UE  
Cloud 5% en UE  
Híbrido 45% en UE

**El mercado de los DATA CENTER crecerá  
2017** (facturación anual prevista de 36.100 millones)

42.4%  
16.4%  
16.4%

**DATA CENTER modulares crecerán un 30% en el 2019**

La eficiencia energética, punto clave:  
40% de las empresas ya son conscientes  
10% de crecimiento en el consumo de los DATA CENTER  
9% de crecimiento de energía por servicio

La evolución y mejora: Imperativo en el sector

Un CDP modular es un centro de datos prefabricado en contenedor  
y una construcción en sala que evoluciona paulatinamente con  
sistemas de refrigeración, eficiencia energética y sistemas  
de distribución eléctrica compactos

Ofrecen:

- Escalabilidad
- Flexibilidad tecnológica
- Personalización

CDP modular

Centro de datos en contenedores

Beneficios del CDP modular:

- Última tecnología disponible en software, hardware, conexiones, seguridad, eficiencia energética, etc.
- Máxima personalización de los proyectos.
- Control sobre los costes.
- Rapidez en el despliegue.
- Mayor eficiencia energética.
- Escalabilidad.

Akron @ KEC

# 7 Consejos sobre User Experience

- 1 Conocer el mercado
- 2 Mirar el mercado
- 3 Los momentos de oportunidad
- 4 Hacerlo fácil
- 5 QUE ME ENCUENTREN**
- 6 Estar vivo
- 7 Medir, medir y medir

?

Papá,  
¿yo nací, o me  
descargasteis?



Google

3 billones de visitas/día

# Google

Definición Palabras  
Clave

Optimización  
Plataforma

Optimización  
Contenido

AdWords

# You Tube

YouTube <sup>ES</sup>

rhett and link



## Just Being Honest (Song)



Rhett & Link ✓

 **Suscribirse** 4.115.561

7.770.184 visualizaciones

# 7 Consejos sobre User Experience

- 1 Conocer el mercado
- 2 Mirar el mercado
- 3 Los momentos de oportunidad
- 4 Hacerlo fácil
- 5 Que me encuentren
- 6 ESTAR VIVO**
- 7 Medir, medir y medir



# Actualizar

## PRÓXIMO PICAPICA-TERTULIA

Martes 15 septiembre 2015

20.00h. Tertulia

20.30h. Pica Pica y Tertulia

Inversión: 3€ (incluye 1 consumición, pincho y pica pica)

Lugar: La Modernista. C/Fontvella, 91. Terrassa

Tel. 622 279 000 [espaciolavanda@monicacubero.es](mailto:espaciolavanda@monicacubero.es)

Es necesaria confirmación

Organizan: EL ESPACIO LAVANDA by Mónica Cubero y Fina Ayllón

[www.monicacubero.es](http://www.monicacubero.es)



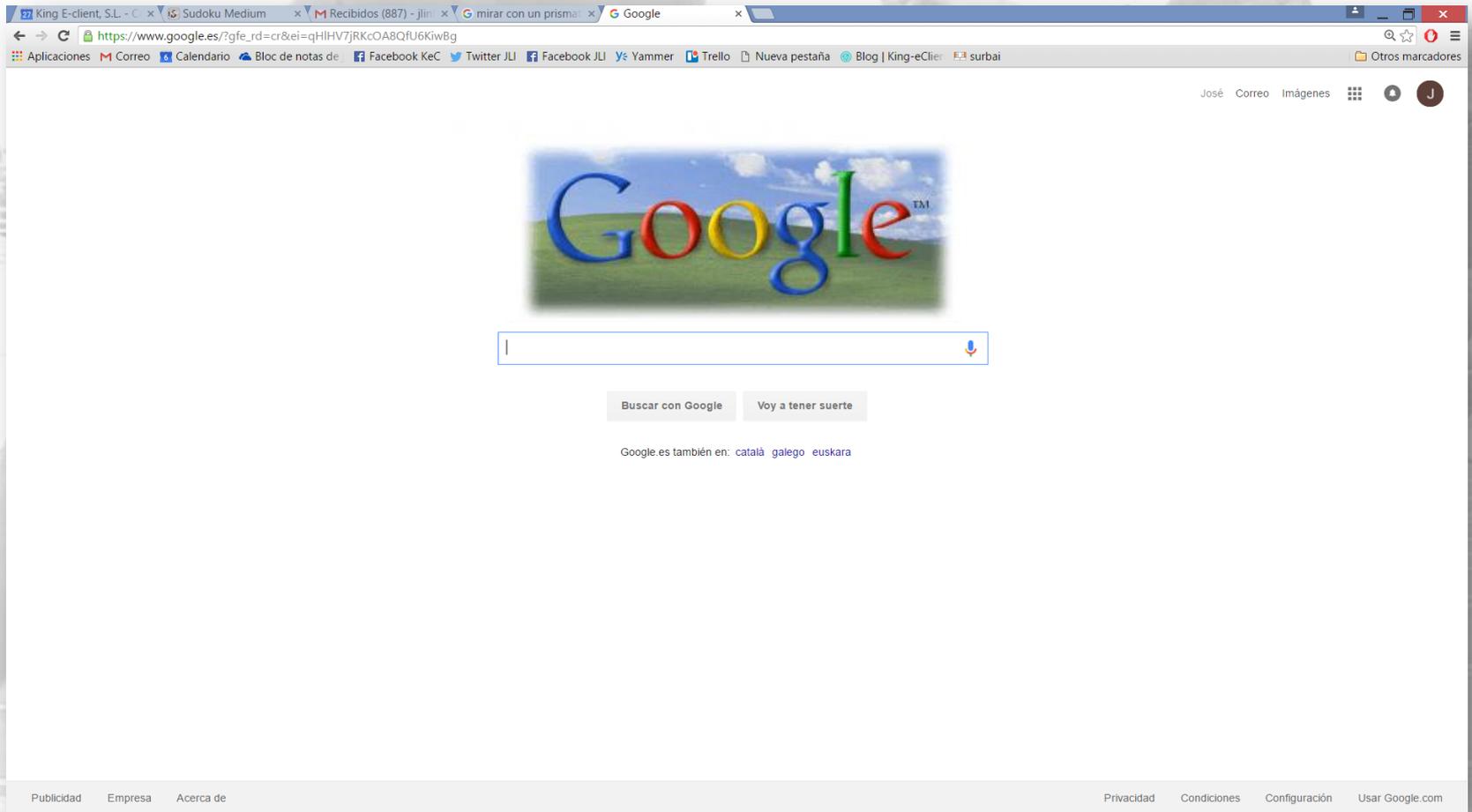
Tema Tertulia: BELLEZA, BIENESTAR Y TU ZONA DE CONFORT

Empieza el otoño poniendo conciencia en tu rutina actual y en como incide en tu bienestar. ¡Ven a compartir un rato con amigas!

Ponente: Mónica Cubero

SE REPARTIRAN ACCESOS-INVITACIÓN AL ESPACIO LAVANDA

# Actualizar



The image shows a screenshot of a web browser displaying the Google homepage in Spanish. The browser's address bar shows the URL [https://www.google.es/?gfe\\_rd=cr&ei=qHIHV7JRKcOABQFU6KiwBg](https://www.google.es/?gfe_rd=cr&ei=qHIHV7JRKcOABQFU6KiwBg). The page features the classic Google logo in its multi-colored font, centered on a background of a green field and a blue sky with clouds. Below the logo is a search input field with a microphone icon on the right. Underneath the search bar are two buttons: "Buscar con Google" and "Voy a tener suerte". Below these buttons, there is a link that says "Google.es también en: català galego euskara". At the top right of the page, there are links for "José", "Correo", and "Imágenes", along with a grid icon and a profile icon with the letter "J". At the bottom of the page, there are links for "Publicidad", "Empresa", "Acerca de", "Privacidad", "Condiciones", "Configuración", and "Usar Google.com". The browser's tab bar shows several open tabs, including "King E-client, S.L.", "Sudoku Medium", "Recibidos (887)", "mirar con un prisma", and "Google". The browser's toolbar includes icons for "Aplicaciones", "Correo", "Calendario", "Bloc de notas de", "Facebook KeC", "Twitter JU", "Facebook JU", "Yammer", "Trello", "Nueva pestaña", "Blog | King-eClien", and "surbai".

# Dinamizar



**BLOG**



# 7 Consejos sobre User Experience

- 1 Conocer el mercado
- 2 Mirar el mercado
- 3 Los momentos de oportunidad
- 4 Hacerlo fácil
- 5 Que me encuentren
- 6 Estar vivo
- 7 MEDIR, MEDIR, MEDIR**



Google  
Analytics

# Medir y medir



## Conclusiones

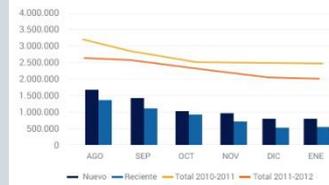
Existe un incremento generalizado en visitantes, vistas y páginas vistas con respecto al mes anterior, mostrándose un claro carácter estacional en la Guía Repsol.

Los datos con respecto al mismo mes del año anterior son negativos, con una variación superior al -35% en páginas vistas.

El tiempo medio de visita aumenta ligeramente con respecto al mes anterior y disminuye en relación al mismo mes del año pasado.

El presente mes de Julio presenta un aumento respecto al último mes en Visitas, Visitantes y Páginas Vistas, debido fundamentalmente al carácter estacional de la Guía Repsol.

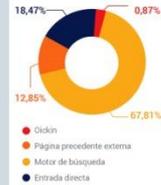
## Usuarios y tipos de usuarios



## Visitantes por sección



## Fuente de procedencia



## Top 10 contenidos más vistos

## Términos más buscados



## Conclusiones

Existe un incremento generalizado en visitantes, vistas y páginas vistas con respecto al mes anterior, mostrándose un claro carácter estacional en la Guía Repsol.

Los datos con respecto al mismo mes del año anterior son negativos, con una variación superior al -35% en páginas vistas.

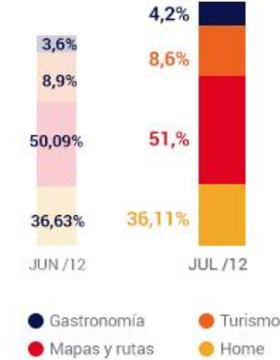
El tiempo medio de visita aumenta ligeramente con respecto al mes anterior y disminuye en relación al mismo mes del año pasado.

El presente mes de Julio presenta un aumento respecto al último mes en Visitas, Visitantes y Páginas Vistas, debido fundamentalmente al carácter estacional de la Guía Repsol.

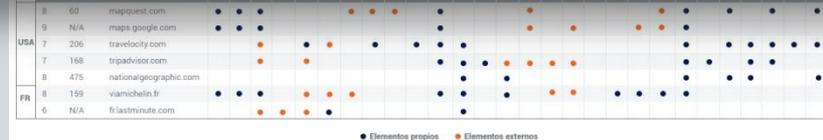
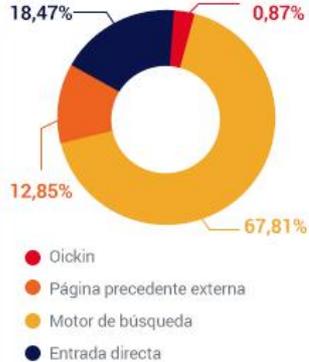
## Usuarios y tipos de usuarios



## Visitantes por sección



## Fuente de procedencia



# Medir, medir y medir

## Test A/B

Tel. 902 400 300 Contacto Información práctica

**Disfruta de tu coche con la máxima seguridad**

GENERALI Seguros te ofrece la máxima protección con una cobertura económica y eficiente frente a la posibilidad de un accidente. ¡Protégete, sientete tranquilo y empieza a formar parte de la gran familia de GENERALI Seguros!

¿Quieres más información?  
Dájanos tus datos y te llamamos

Nombre:   
Apellidos:   
Teléfono:   
Email:   
Provincia:

RECIBIR INFORMACIÓN

**CALCULAR PRESUPUESTO**

¿Conoces las ventajas de pertenecer a Generali?  
GENERALI Express te ofrece las coberturas que necesitas y más novedosas del mercado.

- Coche de sustitución
- Daños por colisión con animales
- Defensa del carné por puntos
- Consulta legal telefónica

Tel. 902 400 300 Contacto Información práctica

**Siempre disfrutando de la forma más segura**

GENERALI Seguros te ofrece la máxima protección con una cobertura económica y eficiente. ¡Protégete, sientete tranquilo y empieza a formar parte de la gran familia de GENERALI Seguros!

¿Te llamamos para informarte?  
En menos de 1 minuto estamos contigo

Nombre:   
Teléfono Móvil:

llamarme

¿Conoces las ventajas de pertenecer a Generali?  
GENERALI Express te ofrece las coberturas que necesitas y más novedosas del mercado.

- Coche de sustitución
- Daños por colisión con animales
- Defensa del carné por puntos
- Consulta legal telefónica

Tu presupuesto a medida... ¡no pierdas más tiempo!

**CALCULAR PRESUPUESTO**

# Medir, medir y medir

## Test A/B

This screenshot shows a website landing page for Generali Express car insurance. The page features a white car on a road background. The main headline is "Disfruta de tu coche con la máxima seguridad". Below it, there is a sub-headline and a paragraph of text. A form with the heading "¿Quieres más información?" is positioned on the right side, with a "Pedir información" button below it. At the bottom of the page, there is a red banner with a "CALCULAR PRESUPUESTO" button. Below the banner, a section titled "¿Conoces las ventajas de pertenecer a Generali?" lists four benefits: "Coche de sustitución", "Días por colisión con animales", "Defensa del carné por puntos", and "Consulta legal telefónica". Each benefit is accompanied by a circular icon. A heatmap overlay is visible on the page, showing high engagement (red and yellow areas) on the car image, the main headline, the "¿Quieres más información?" form, and the "CALCULAR PRESUPUESTO" button.

This screenshot shows a website landing page for Generali Express car insurance, featuring a child in a car seat. The main headline is "Siempre disfrutando de la forma más segura". Below it, there is a sub-headline and a paragraph of text. A form with the heading "¿Te llamamos para informarte?" is positioned on the right side, with a "llamarme" button below it. At the bottom of the page, there is a red banner with a "CALCULAR PRESUPUESTO" button. Below the banner, a section titled "¿Conoces las ventajas de pertenecer a Generali?" lists four benefits: "Coche de sustitución", "Días por colisión con animales", "Defensa del carné por puntos", and "Consulta legal telefónica". Each benefit is accompanied by an icon. A heatmap overlay is visible on the page, showing high engagement (red and yellow areas) on the child in the car seat, the main headline, the "¿Te llamamos para informarte?" form, and the "CALCULAR PRESUPUESTO" button.

# Resumen

Ofrecer una buena Experiencia de  
Usuario no tiene una receta . . .

. . . es una Actitud

Conocer a nuestro cliente

Conocer el mercado

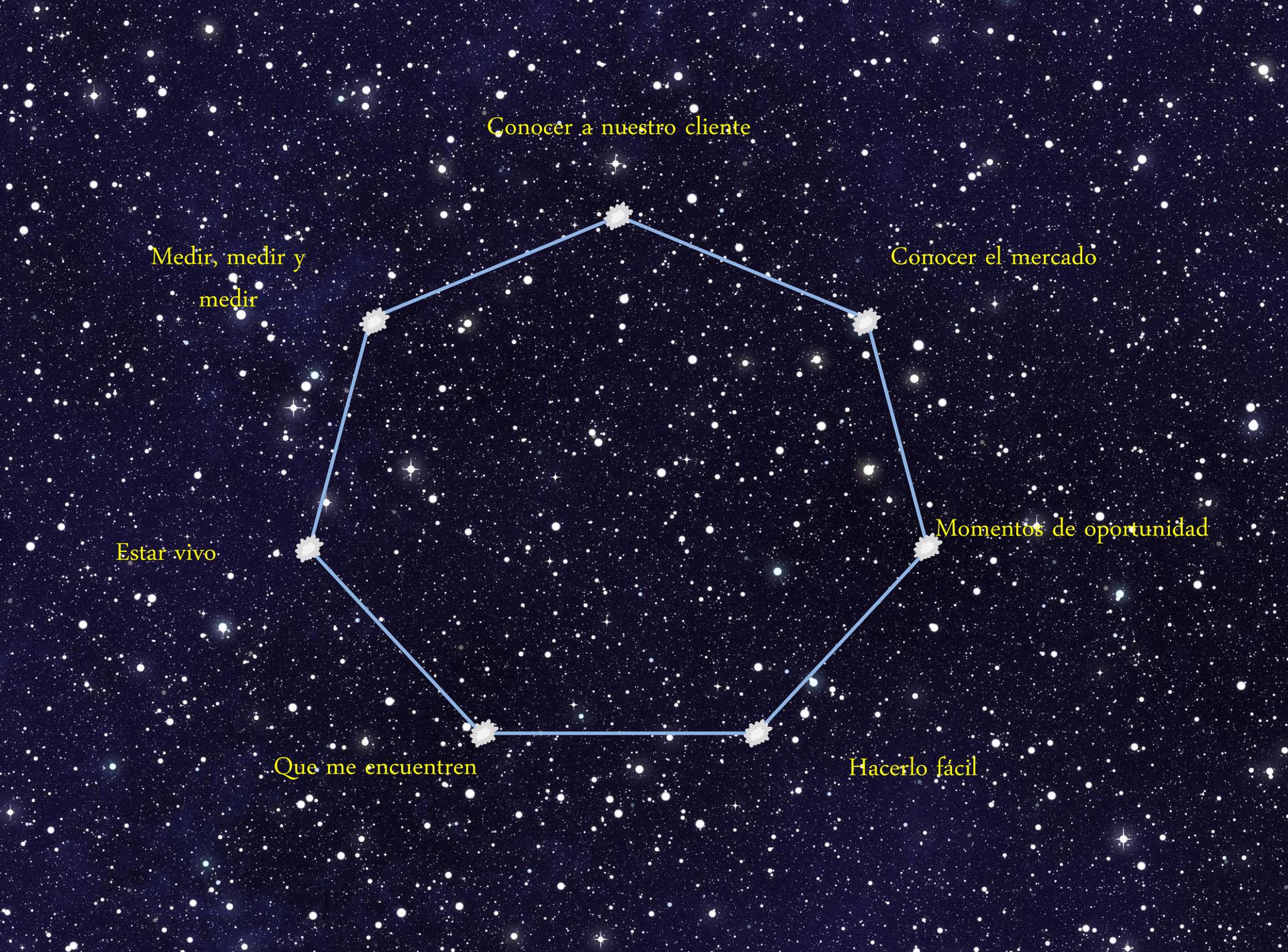
Momentos de oportunidad

Hacerlo fácil

Que me encuentren

Estar vivo

Medir, medir y  
medir



Conocer a nuestro cliente

Conocer el mercado

Momentos de oportunidad

Hacerlo fácil

Que me encuentren

Estar vivo

Medir, medir y  
medir



Conocer a nuestro cliente

Conocer el mercado

Medir, medir y  
medir

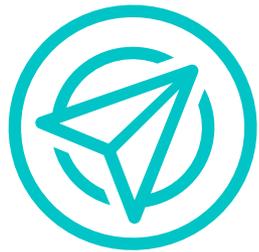
Momentos de oportunidad

Estar vivo

Que me encuentren

Hacerlo fácil





**KEC**  
*guiding your goals*

Muchas gracias . . .



[orojals@king-eclient.com](mailto:orojals@king-eclient.com)