

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



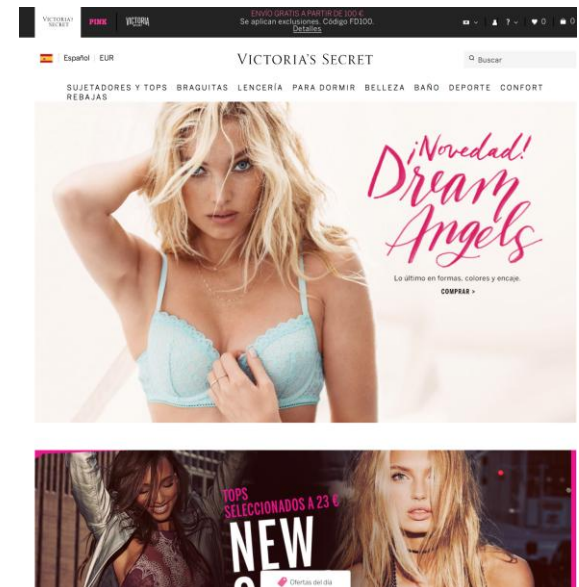
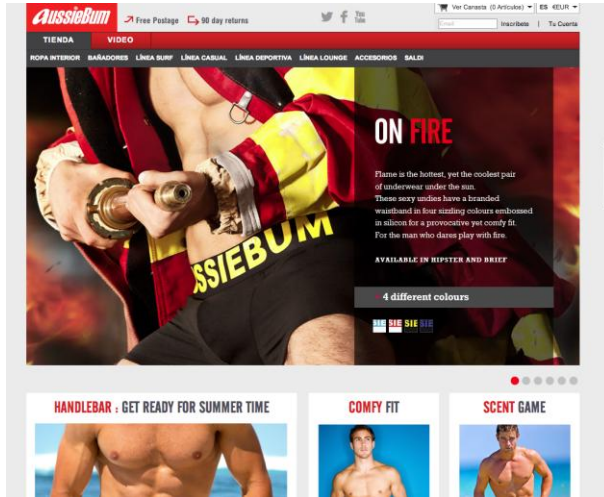
La conversión en el mundo off-line

No solo es vender



La conversión en el mundo off-line

Coherencia multicanal

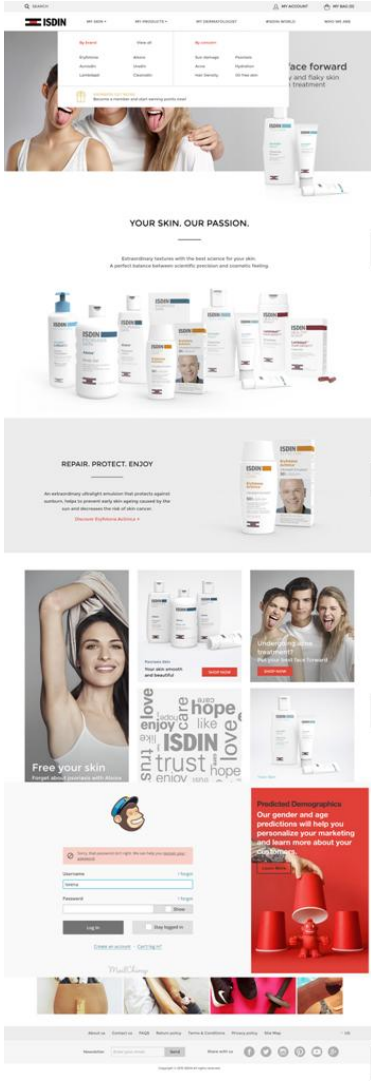


La conversión en el mundo off-line

Un paso más allá

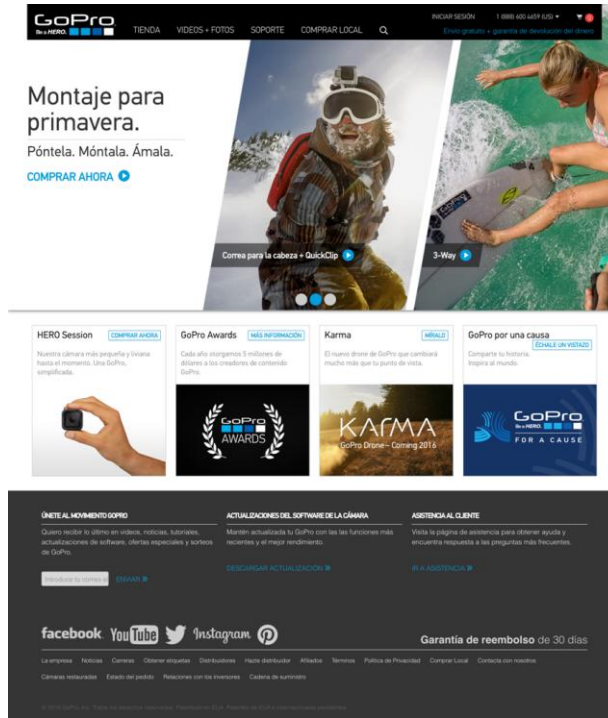


Apalancamiento de los canales off /
on para completar la experiencia



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?

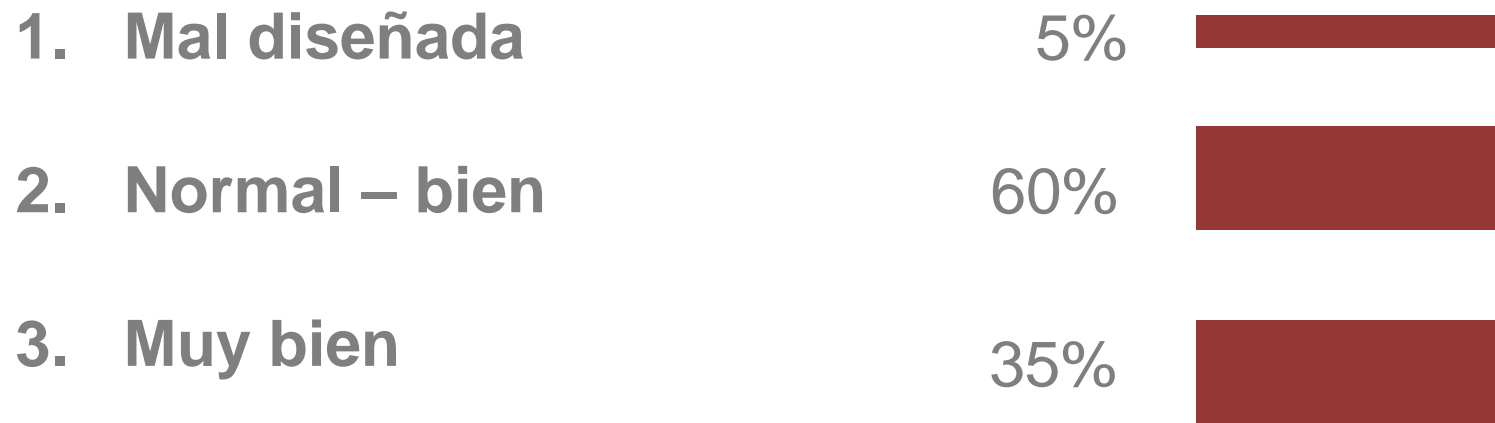
“Don’t make me think”

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?



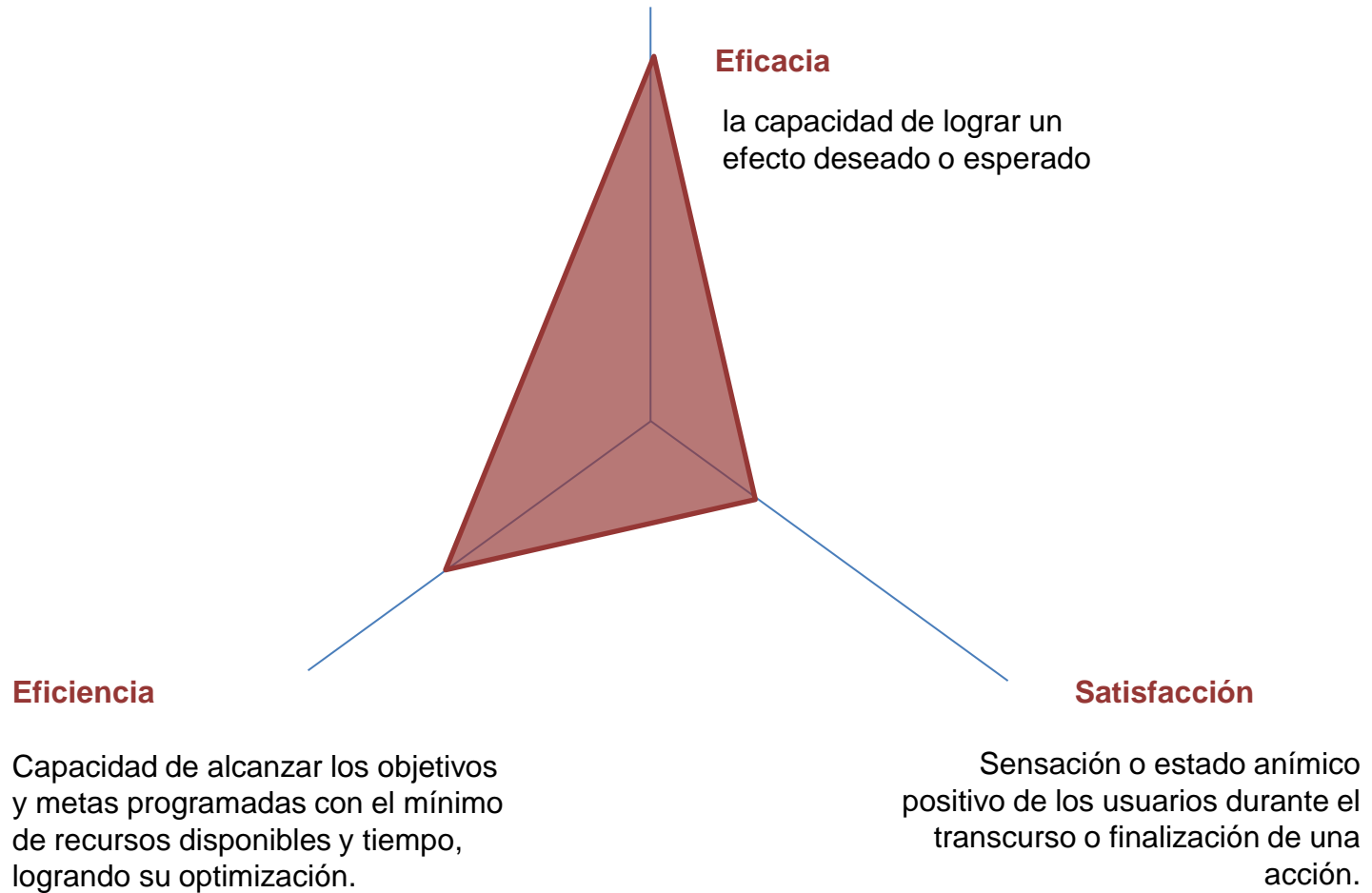
¿Cuántos clientes conseguimos convertir?



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



Los ejes de la experiencia de usuario

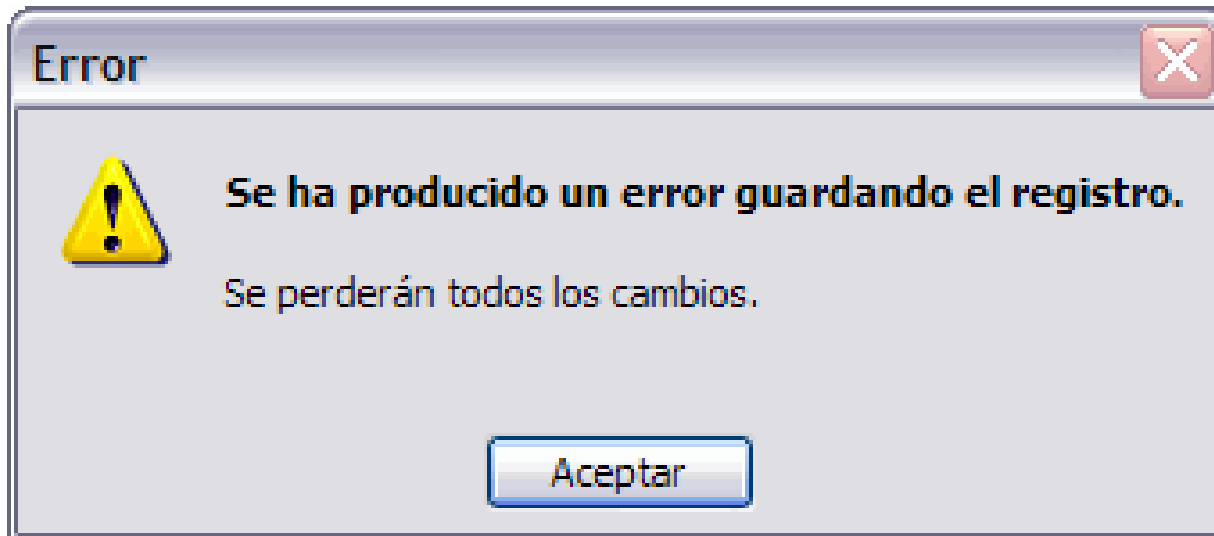
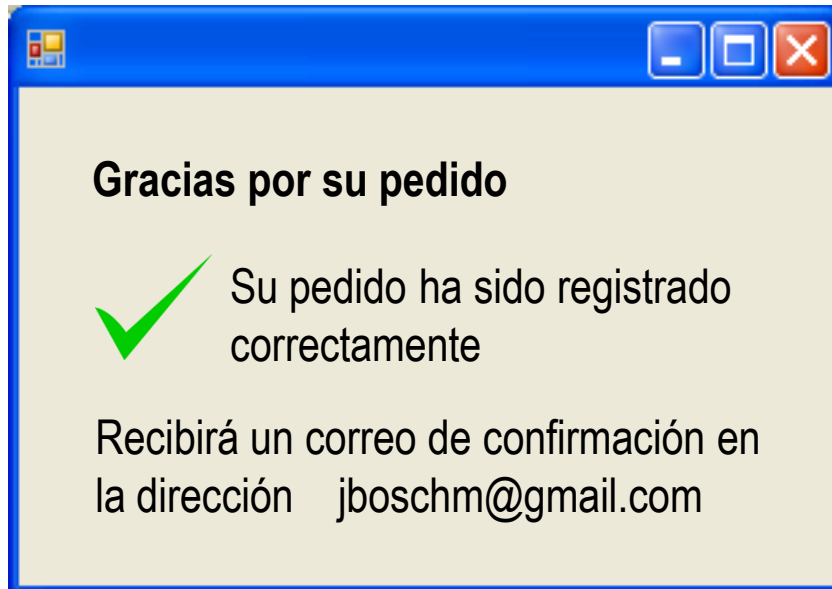


Productos . . .

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

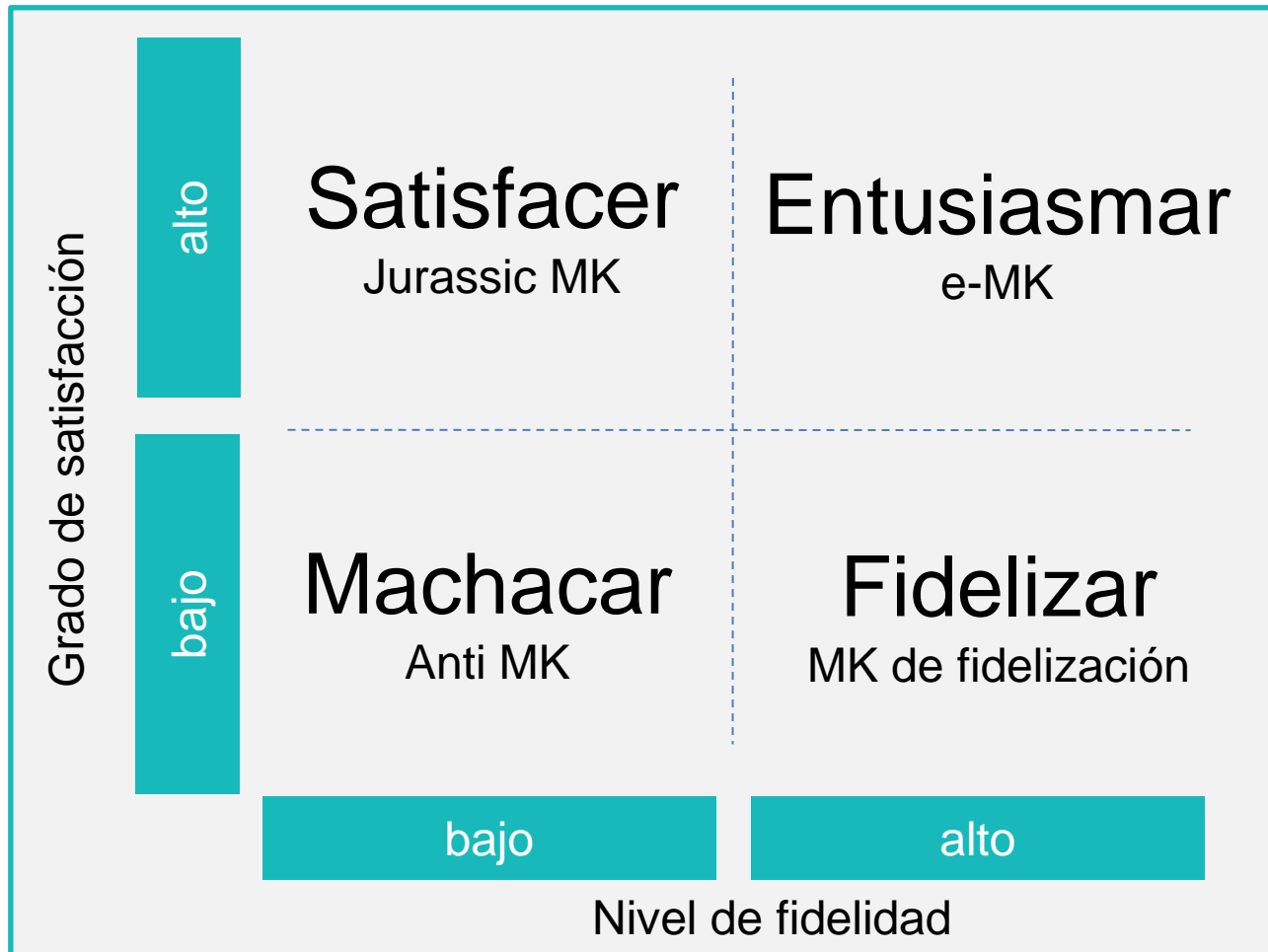
+

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 MILLENIALS



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

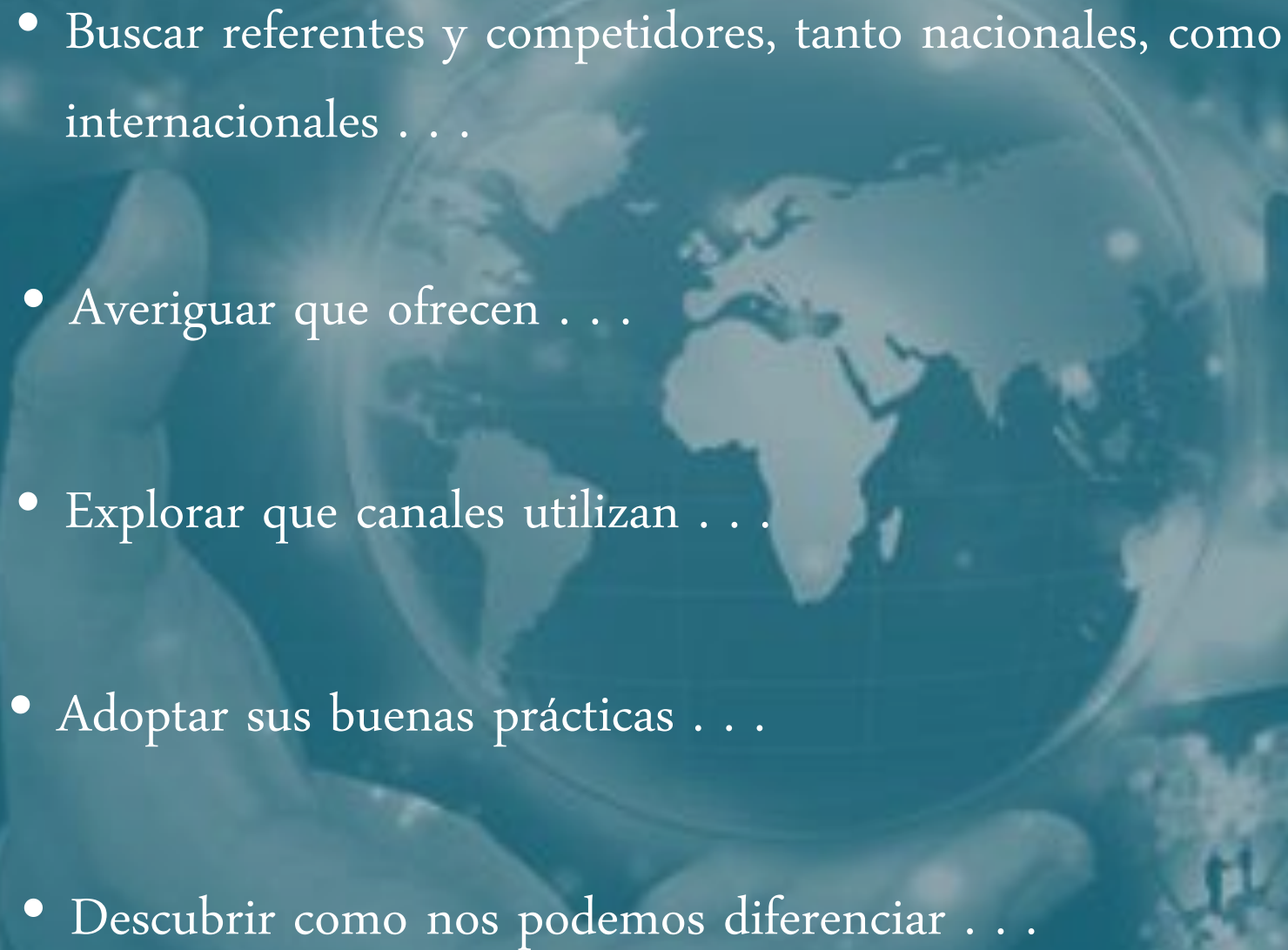


7 Consejos sobre User Experience

- 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+ Yamn

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/
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
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/
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



Pide Información

Introduce tu Nombre

Dirección de Email

Numero de Telefono

En qué podemos Ayudarte?

¿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

TuriAventura.es
Empresa de Deportes de Aventura

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

Escribe aquí tu consulta

powered by livehelp.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

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

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

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

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

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

Clinica 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-dientes
15 abr. 2016 - Tenía cita a las 10.30 de la mañana en MI **Dentista**, located in a shopping center Islazul (Carabanchel). Se encontró ...

El dentista holandés que torturaba a sus pacientes
www.elconfidencial.com/.../el-dentista-holandés-que-torturaba-a-sus-pacientes
27 abr. 2016 - Su historia provocará pesadillas a más de uno que, ya sea por el **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 Facebook 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

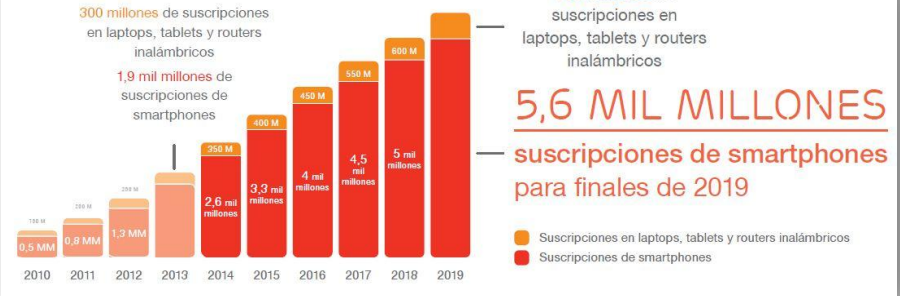
SATISFACCION



Movilidad

Responsive Design

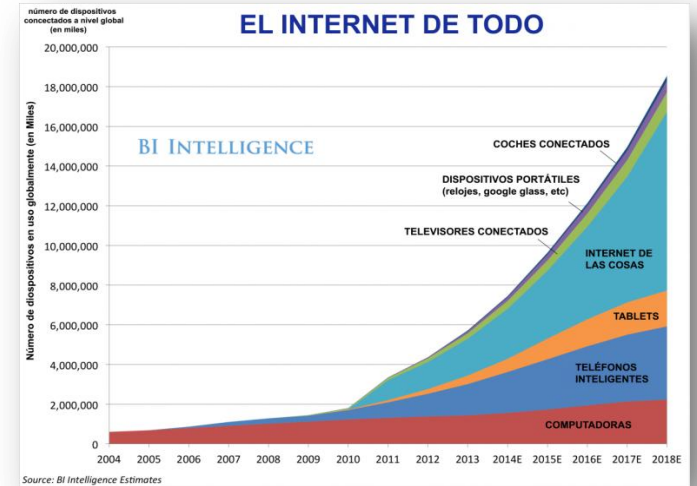
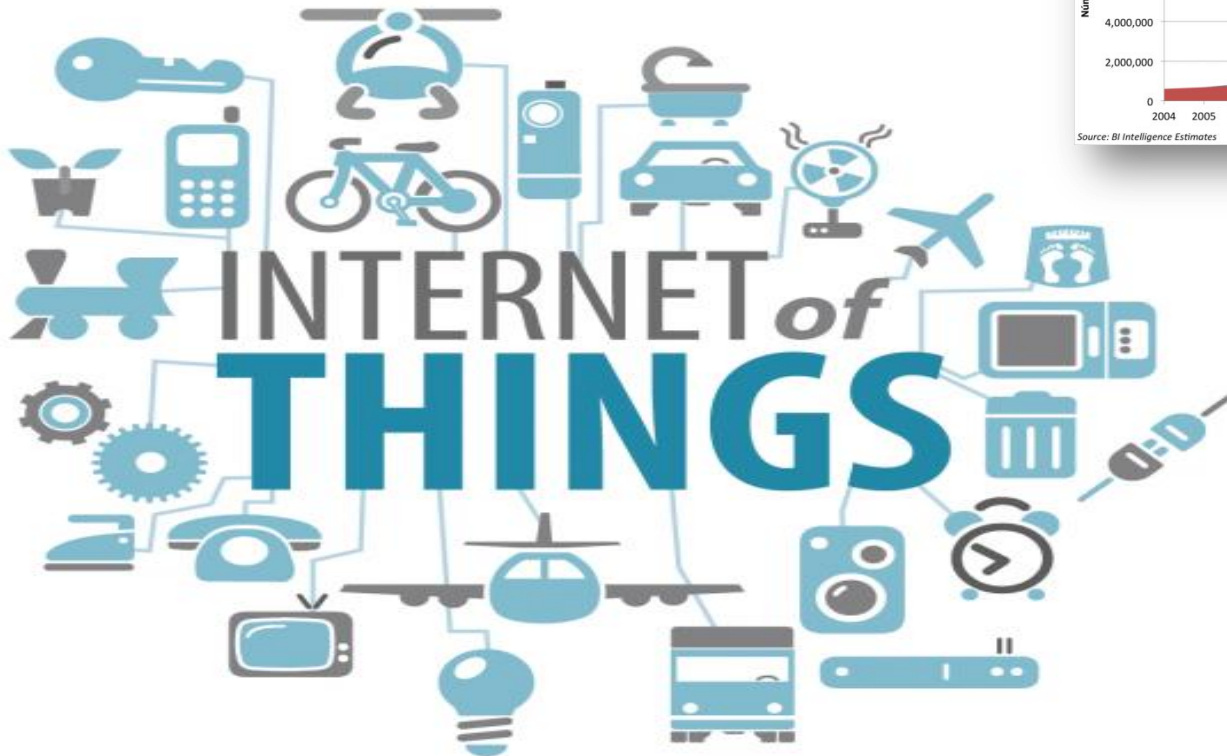
Smartphones, laptops, tablets y routers inalámbricos con conexión a celular



Responsive Design



Responsive Design → Adaptive Design





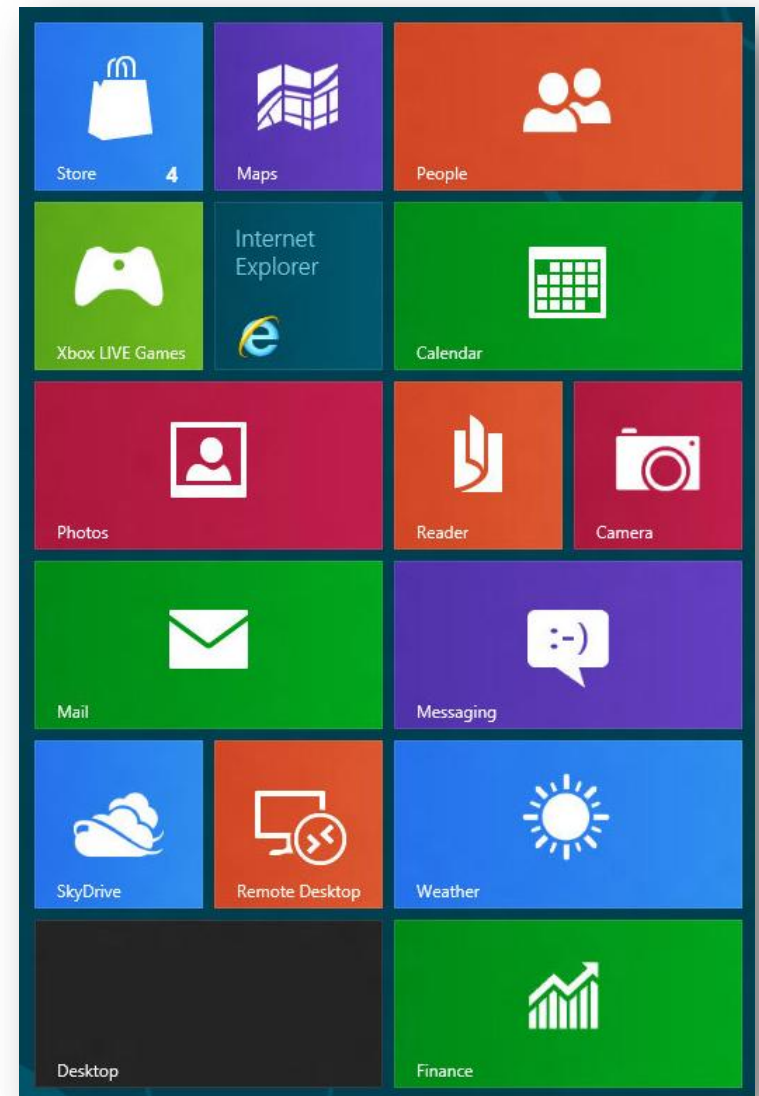
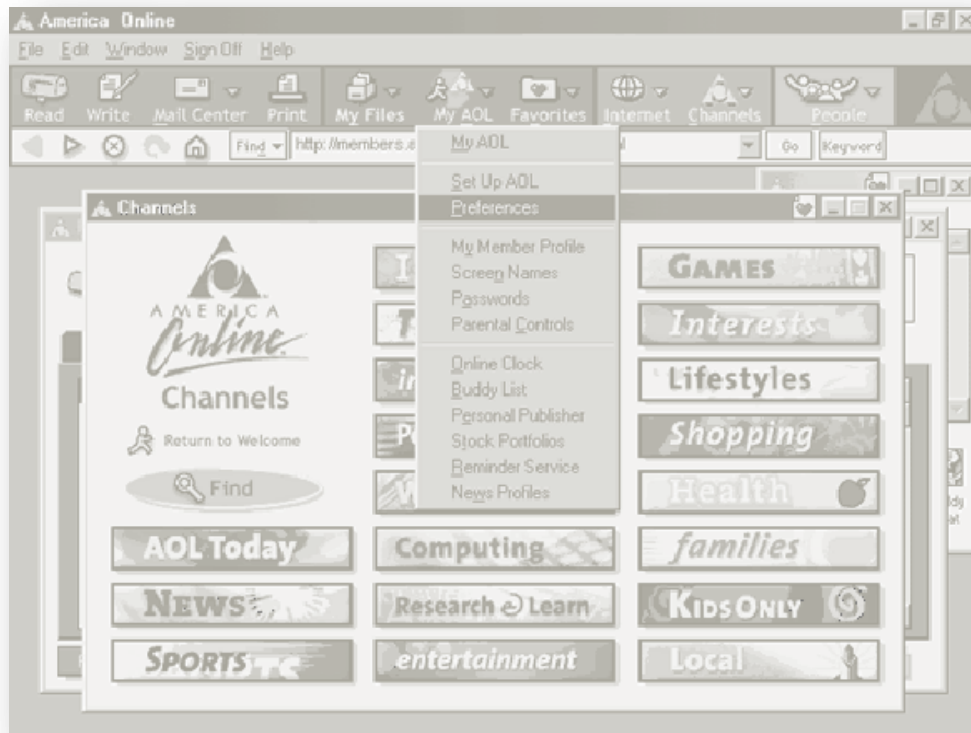
Movilidad

Intuitividad

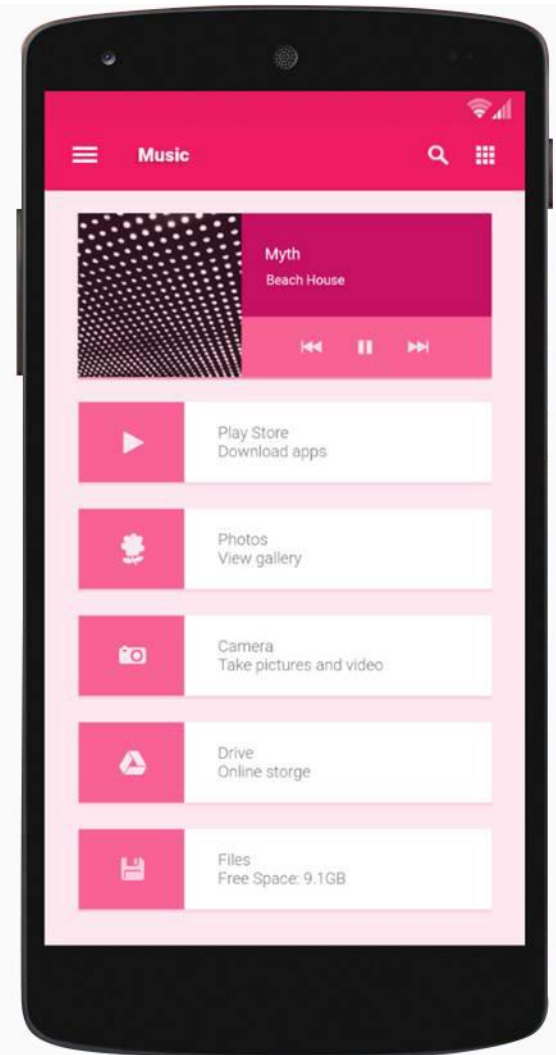
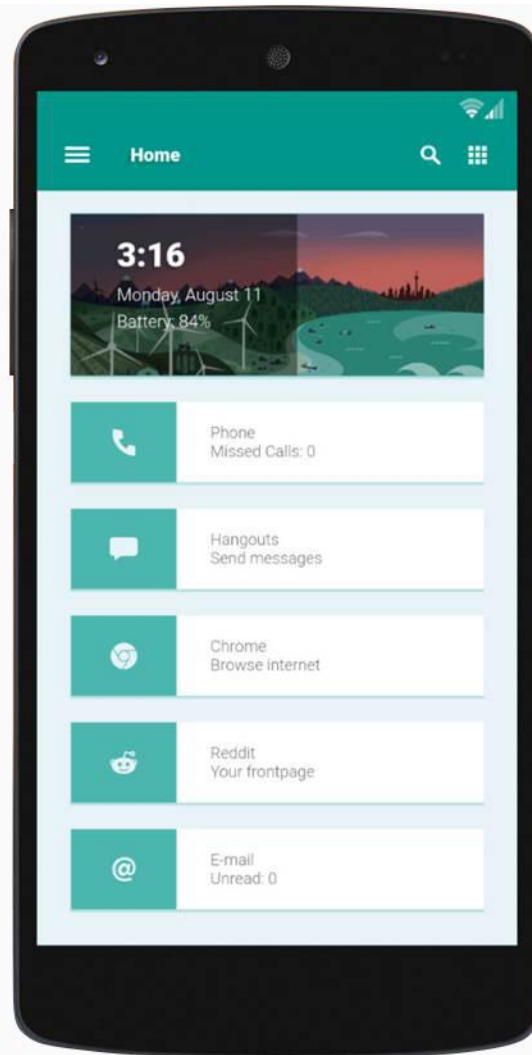
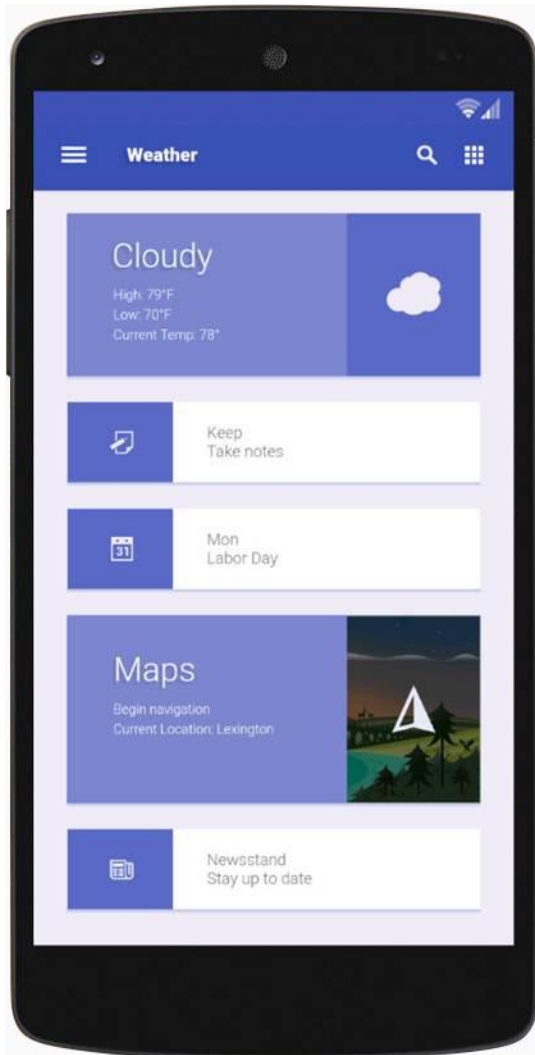
Flat Design



Flat Design



Flat Design → Material Design



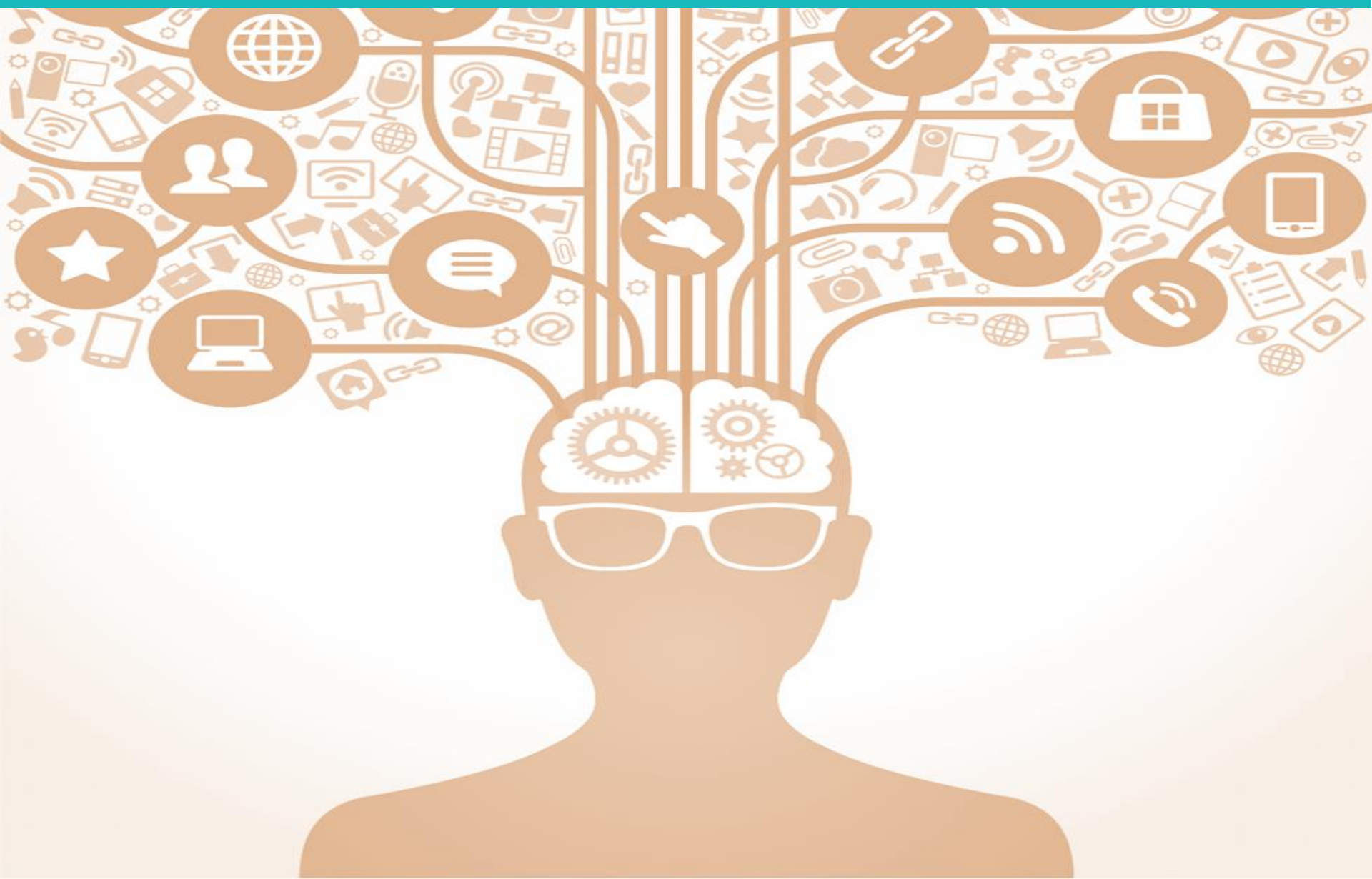


Movilidad

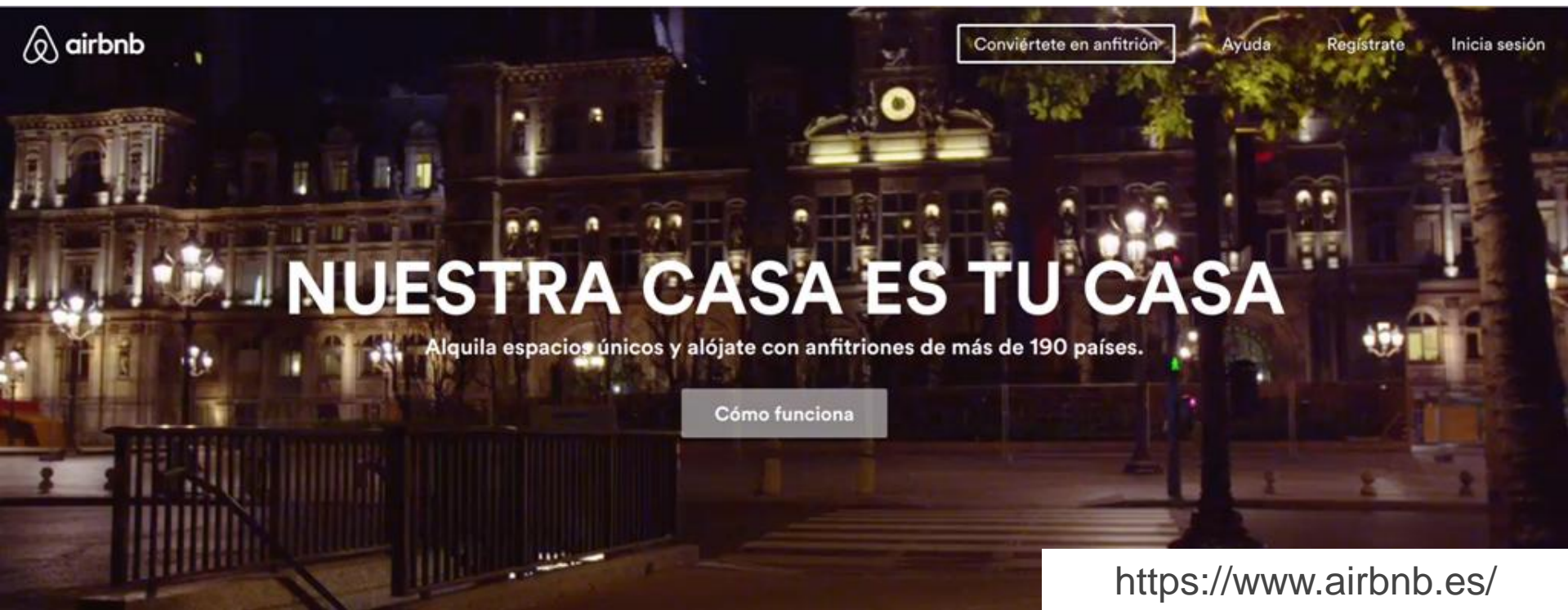
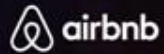
Intuitividad

Contenido

Content Design



Díselo con palabras
Ofrece una propuesta de valor clara

A screenshot of the Airbnb homepage. The background is a night-time photograph of a grand, illuminated building with classical architectural features. The Airbnb logo is in the top left corner. In the top right, there are navigation links: 'Conviértete en anfitrión' (highlighted with a white box), 'Ayuda', 'Regístrate', and 'Inicia sesión'. 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. In the bottom right corner, there is a white box containing the URL 'https://www.airbnb.es/'.

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 website. At the top left, there is a navigation menu with a checkmark icon and the text 'ANY.DO', 'PREMIUM', 'BUSINESS', and 'BLOG'. On the top right, there is a blue button that says 'REGÍSTRATE GRATIS'. The main headline reads 'Realiza tus tareas como un profesional.' Below this, a sub-headline states 'TODAS TUS LISTAS Y TAREAS PERFECTAMENTE SINCRONIZADAS EN TODOS TUS DISPOSITIVOS'. In the center, a white smartphone is displayed, showing the ANY.DO mobile app interface. The app screen shows a list of tasks under the heading 'ALL'. The tasks are categorized by time: 'TODAY' and 'TOMORROW'. The 'TODAY' tasks include 'Buy groceries for dinner', 'Call Stacey Hamilton', and 'Pick up laundry from dry cleaners'. The 'TOMORROW' task is '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

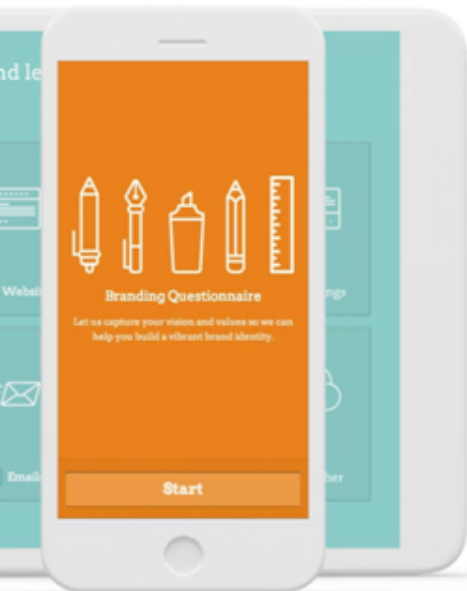
<https://www.ryanair.com/>
<http://www.renfe.com/>

Díselo con palabras

Son personas hábiles, háblales su idioma

Typeform

Log in

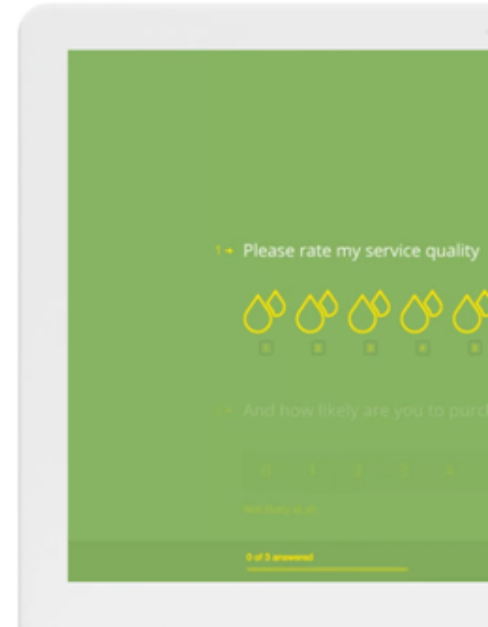


Goodbye forms. Hello typeforms.

Get started now

(No sign up required. Yay!)

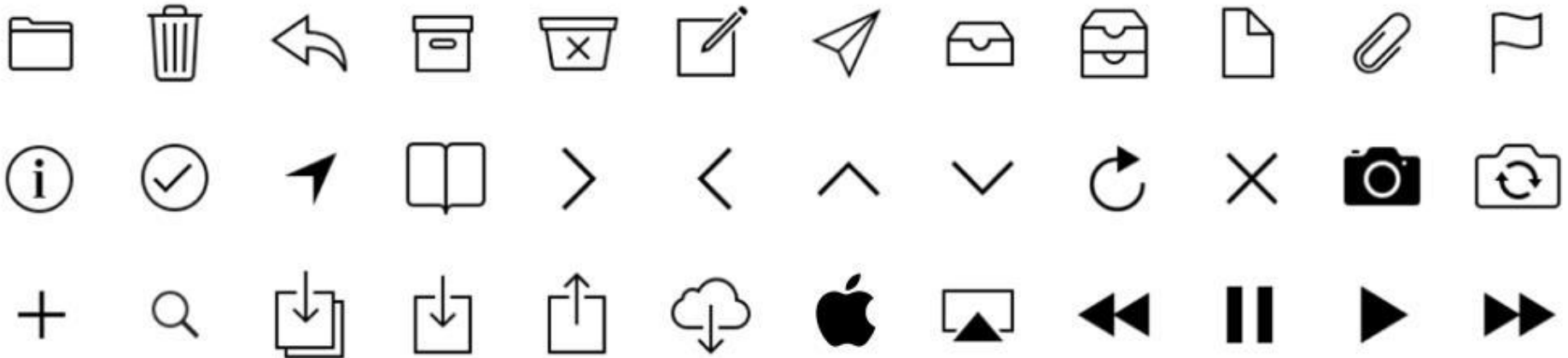
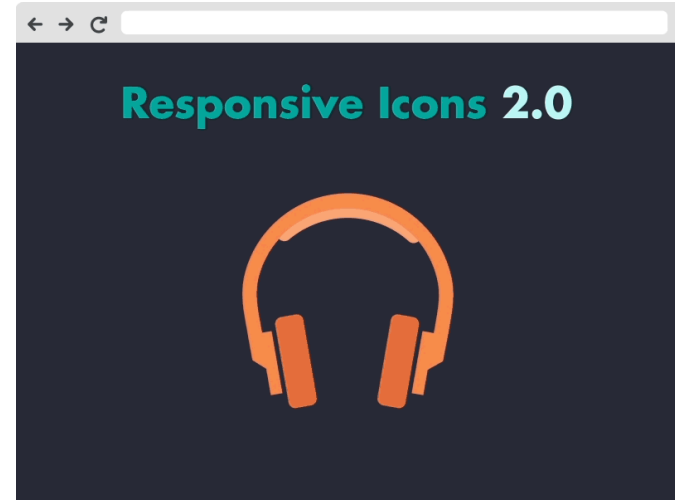
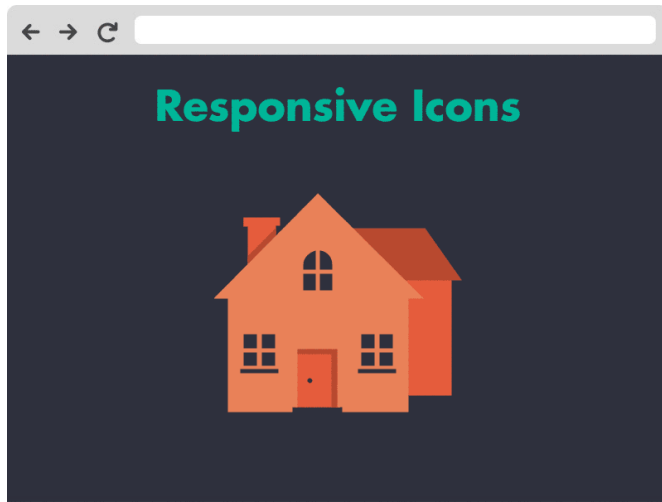
How can I use Typeform?



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

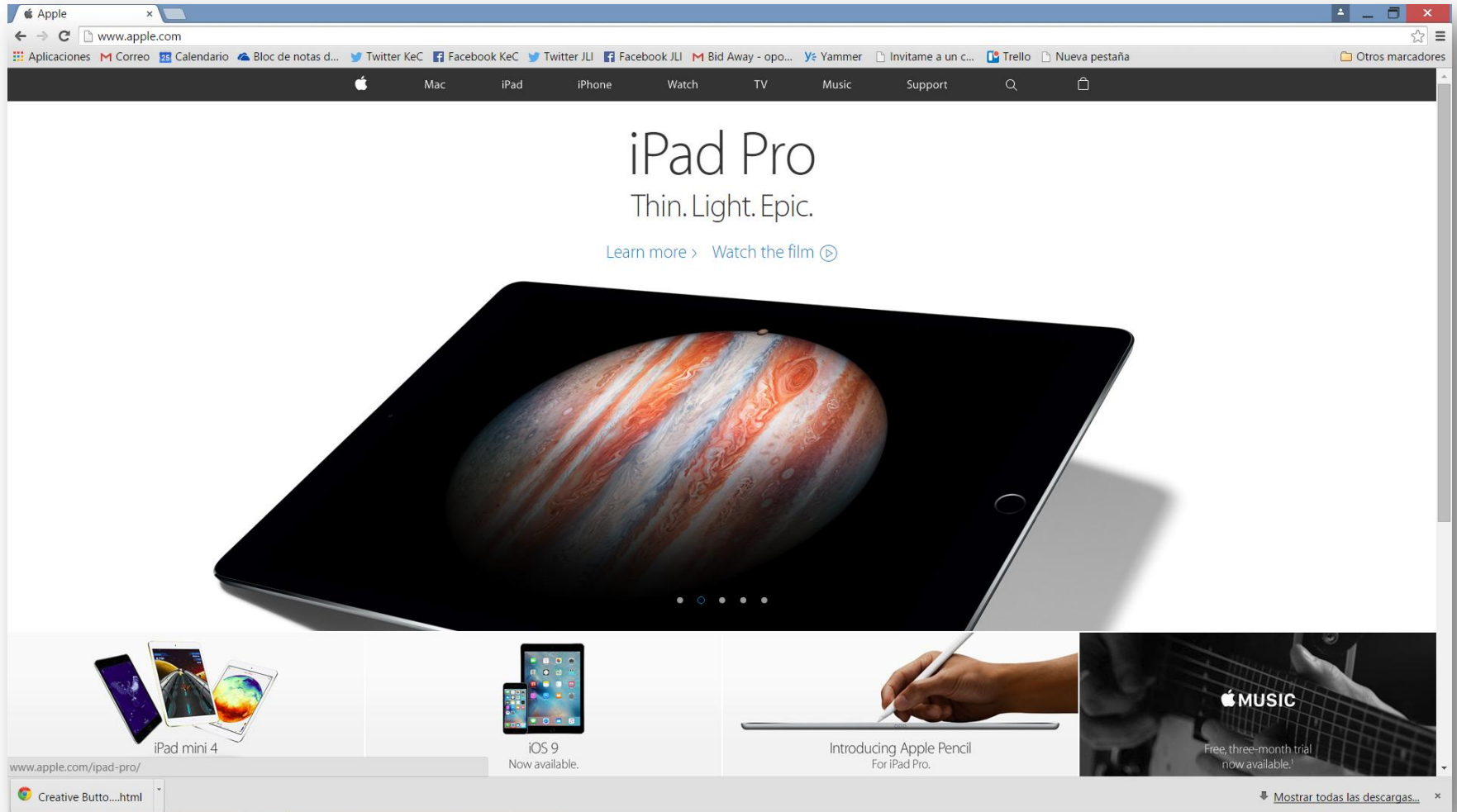
Díselo con imágenes

Usa iconos



Díselo con imágenes

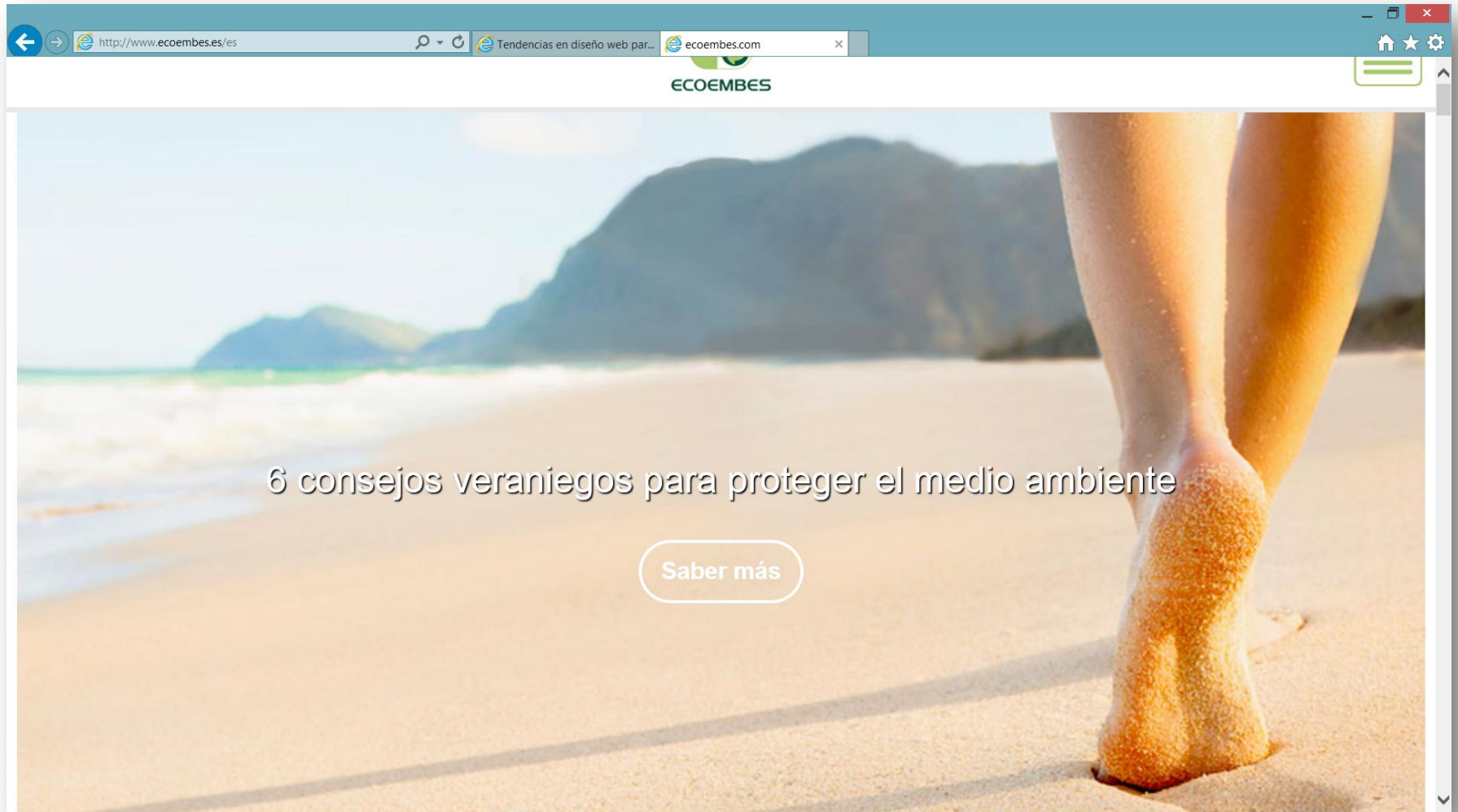
Usa iconos



The image is a screenshot of a web browser displaying the Apple website's iPad Pro advertisement. 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 'Thin. Light. Epic.' with links for 'Learn more >' and 'Watch the film ▶'. A large iPad Pro is shown with a Jupiter planet on its screen. Below the main image are four promotional tiles: 'iPad mini 4' with three devices, 'iOS 9 Now available.' with a smartphone and tablet, 'Introducing Apple Pencil For iPad Pro.' with a hand holding the pencil, and 'Apple MUSIC' with a keyboard and the text 'Free, three-month trial now available!'. The browser's status bar at the bottom shows 'Creative Butto...html' and a download link 'Mostrar todas las descargas...'. The overall design is clean and minimalist, using high-quality images and clear typography.

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. 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 the 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 'Particulares' section with links for 'Banca Personal', 'Banca Privada', 'Autónomos', 'Empresas', and 'Instituciones'. Further right are icons for 'Ayuda Urgente', 'Tarifas', 'Oficinas y cajeros', and a globe. Below these are two buttons: 'Acceso Clientes' and 'Hazte Cliente'. 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 the text is a green button labeled '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

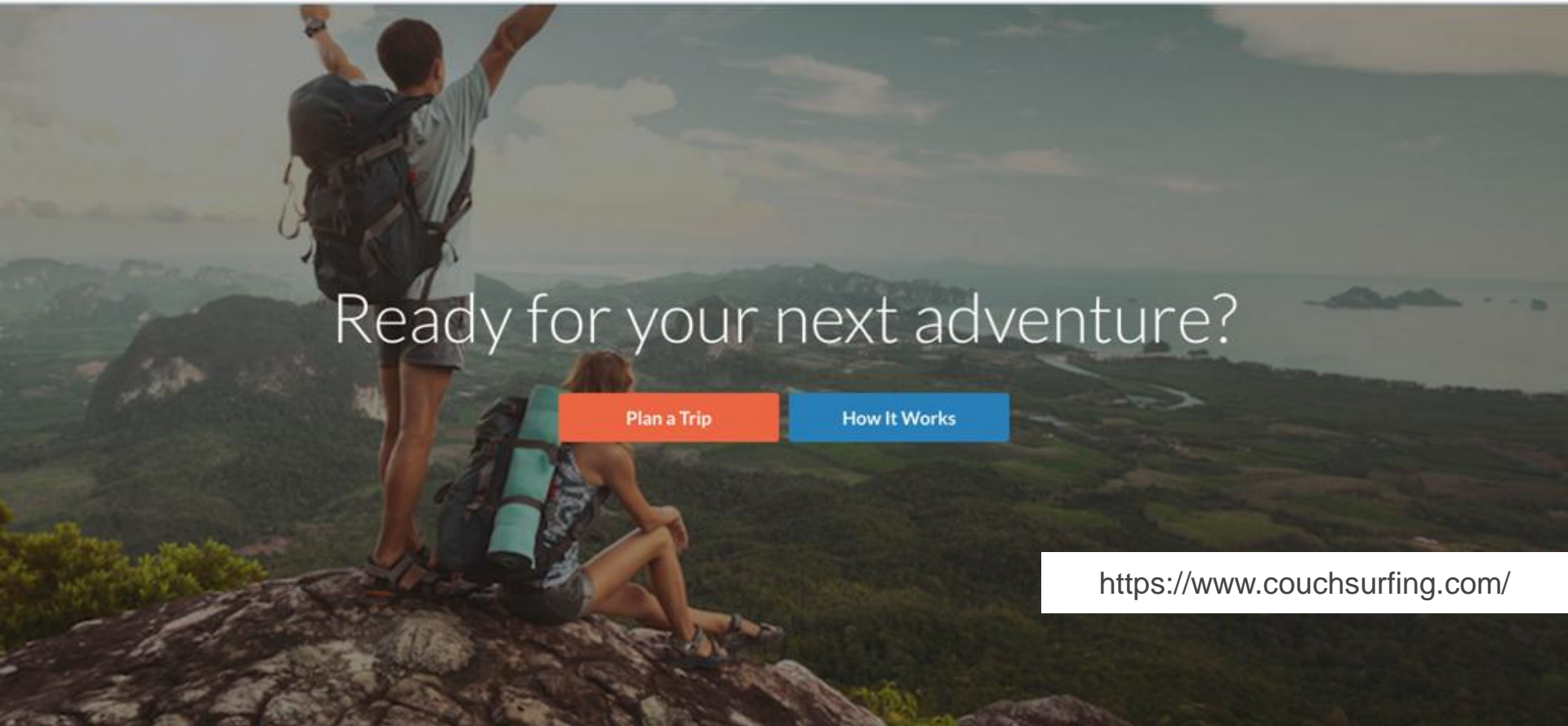
couchsurfing

HOW IT WORKS

SAFETY

Join

Log In



Ready for your next adventure?

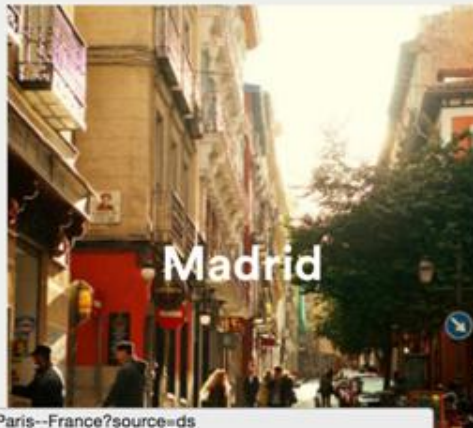
Plan a Trip

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
20 millones de dispositivos móviles
10 millones de dispositivos de almacenamiento en la nube
10 millones de dispositivos de almacenamiento en la nube
10 millones de dispositivos de almacenamiento en la nube

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 modular
Centro de datos en contenedores

Beneficios del CDP modular

- Última tecnología disponible en software, hardware, sistemas, 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 ^{ES}

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

Es necesaria confirmación

Organizan: EL ESPACIO LAVANDA by Mónica Cubero y Fina Ayllón

www.monicacubero.es



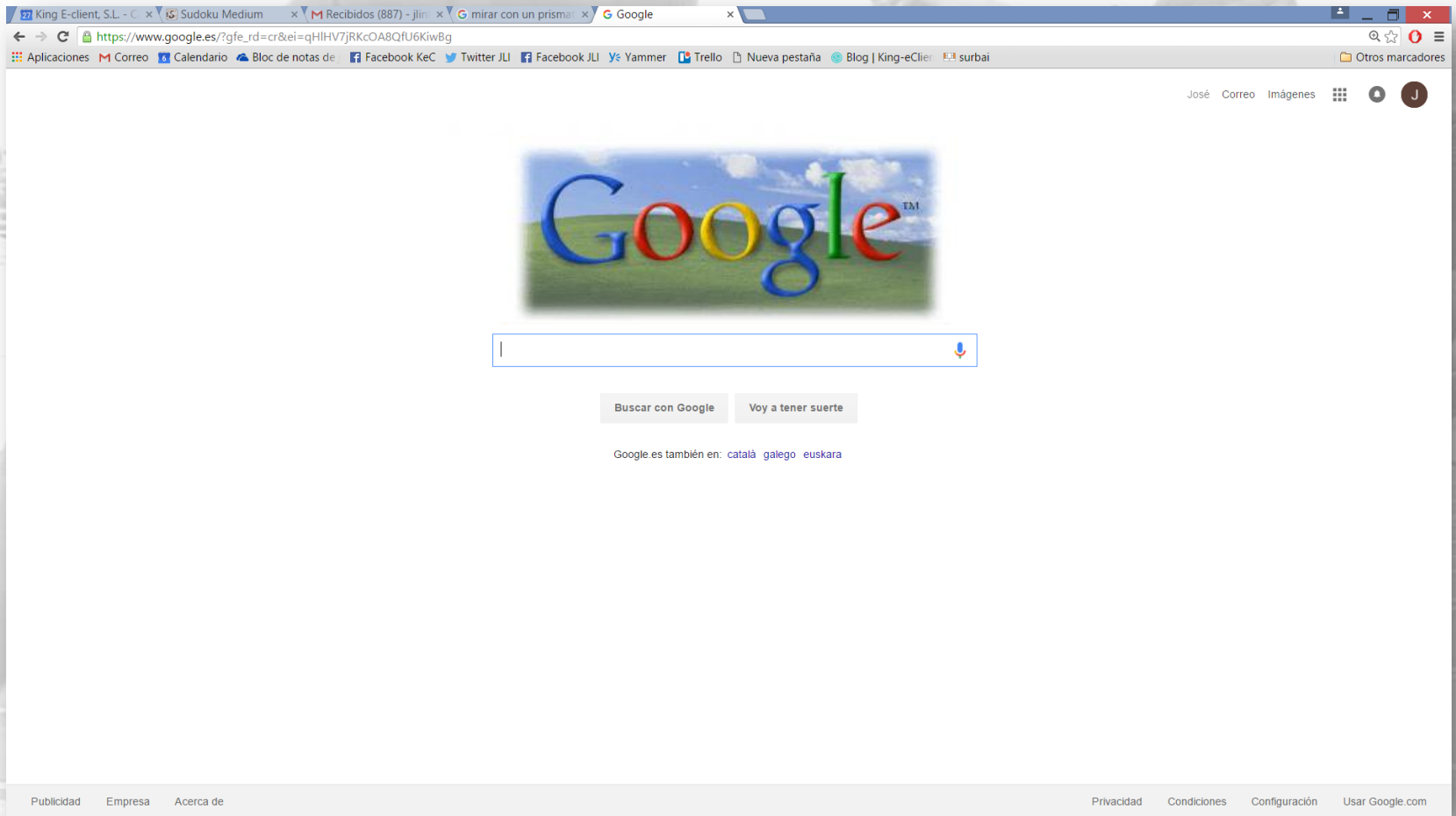
Tema Tertulia: BELLEZA, BIENESTAR Y TU ZONA DE CONFORT

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. The page features the Google logo in its multi-colored 3D 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 picture. 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 back, forward, refresh, and search, as well as a search bar and a "Otros marcadores" button.

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

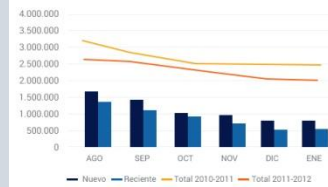
Existe un incremento generalizado en visitantes, vistas y páginas vistas con respecto al mes anterior, mostrándose un claro carácter estacional en la Guía Repsol.

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

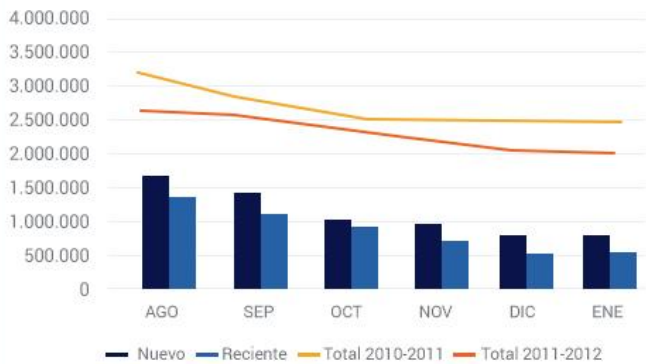
Existe un incremento generalizado en visitantes, vistas y páginas vistas con respecto al mes anterior, mostrándose un claro carácter estacional en la Guía Repsol.

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

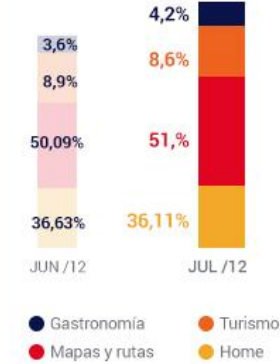
El tiempo medio de visita aumenta ligeramente con respecto al mes anterior y disminuye en relación al mismo mes del año pasado.

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.

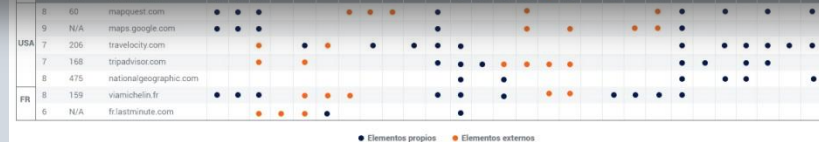
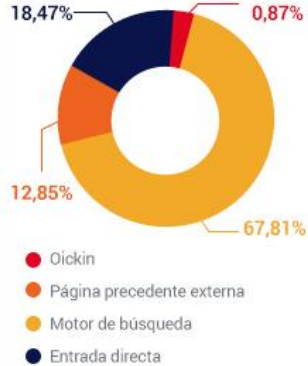
Usuarios y tipos de usuarios



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 background with a red header and footer. The main headline is "Disfruta de tu coche con la máxima seguridad". Below it, there is a sub-headline "¿Quieres más información?" followed by a form with fields for name, email, and phone number, and a "Pedir información" button. A prominent red button labeled "CALCULAR PRESUPUESTO" is located at the bottom of the main content area. The bottom section is titled "¿Conoces las ventajas de pertenecer a Generali?" and 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, showing high engagement (red and yellow) on 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, representing a different version (B) of the test. The page features a white background with a red header and footer. The main headline is "Siempre disfrutando de la forma más segura". Below it, there is a sub-headline "¿Te llamamos para informarte?" followed by a form with fields for name, email, and phone number, and a "llamarme" button. A prominent red button labeled "CALCULAR PRESUPUESTO" is located at the bottom of the main content area. The bottom section is titled "¿Conoces las ventajas de pertenecer a Generali?" and 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, showing high engagement (red and yellow) on 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

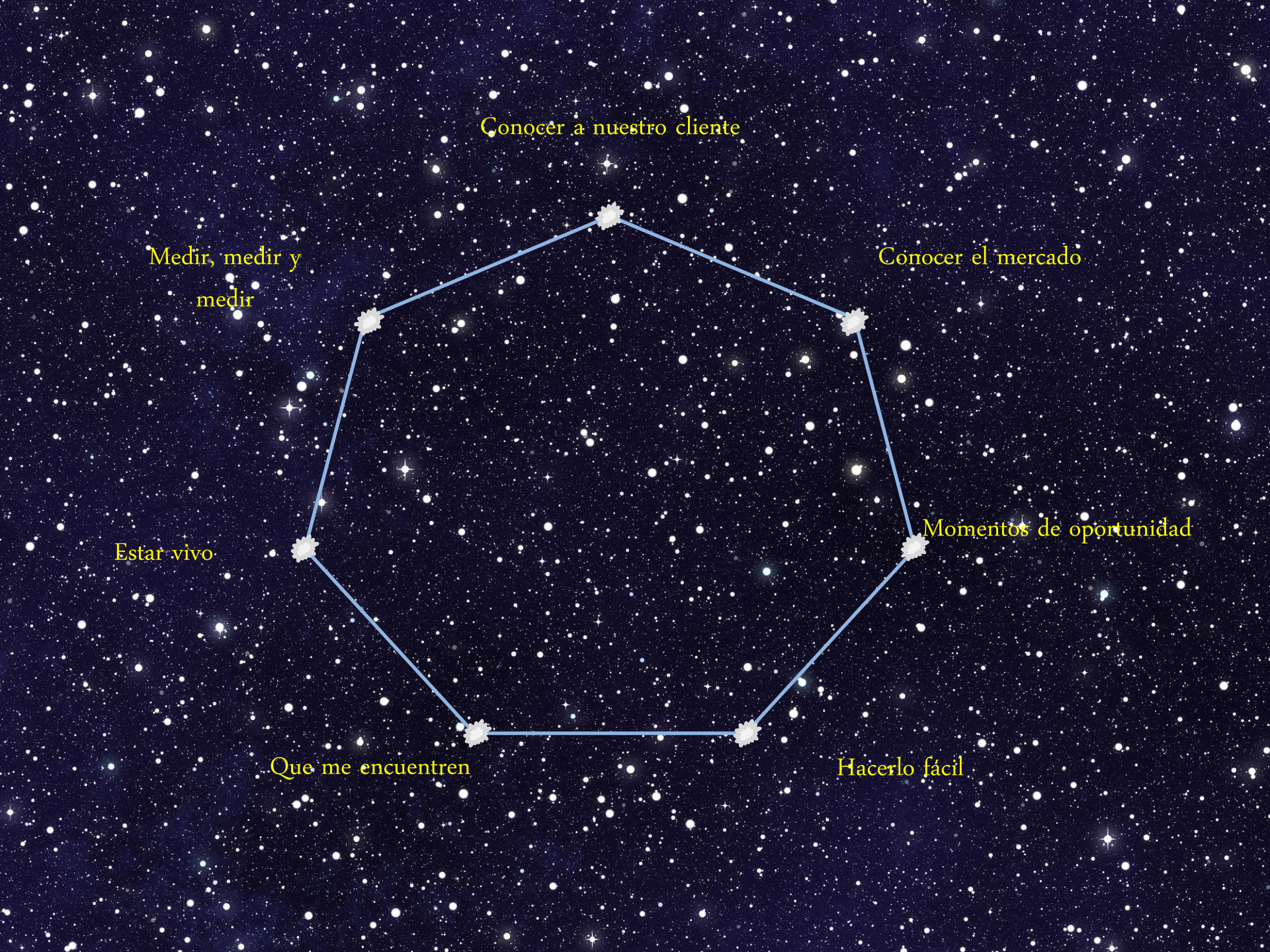
Momentos de oportunidad

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

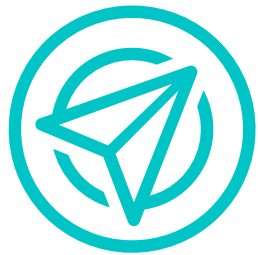
Momentos de oportunidad

Estar vivo



Que me encuentren

Hacerlo fácil



KEC
guiding your goals

Muchas gracias . . .



orojals@king-eclient.com