

Estrategia, aportar valor y tecnología, esas fueron las claves de Smartketing

- Atrápalo, Selligent, Elabs y Brainsins entre los ponentes
- El evento reunió a 200 profesionales del marketing en BCN Activa y se retransmitió también por streaming



David Tomás presentando la metodología del Funnel Advertising

Barcelona, 31 de mayo de 2019. Cyberclick se estrenó el pasado 29 de mayo con Smartketing, un evento que reunió en Barcelona a 200 profesionales del marketing digital para compartir conocimiento, conocer los secretos de una buena campaña y vislumbrar las tendencias que vienen. Smartketing contó con ponentes de referencia que abordaron conceptos clave de las distintas áreas del marketing digital: SEO, SEM, Marketing Automation, Remarketing, Social Ads, Inbound Marketing, Branded Content, Machine Learning y Growth Hacking.

La jornada arrancó con la presentación de David Tomás, cofundador de Cyberclick, que insistió en la necesidad de darle la vuelta al funnel e impactar primero a las personas que están cerca de la compra. David Tomás nos desveló las acciones clave para consolidar el BOFU: una buena estrategia de SEM, Social Lookalike, Remarketing/Retargeting y Afiliación.

Para consolidar una buena estrategia de SEM, Vera Sala, data scientist en Cyberclick, destacó que cuidar el Quality Score y hacer un buen análisis de la competencia te garantiza buenos resultados. Además, apuntó que las búsquedas locales y la el machine learning, junto con las smart campaign, son las tendencias más importantes en Google Ads.

Por su parte, Pablo Rueda, partner manager de Selligent, habló de la automatización para captar la atención del usuario. A partir de un caso práctico explicó el buyer journey de Sofía y sus touchpoints hasta comprar sus vacaciones. “Nos ganamos a los clientes por pequeños momentos, cuando hacemos algo relevante para ellos. Nuestra interacción con el usuario no es ordenada, ocurre en una sucesión de instantes que no siempre encajan en una forma de funnel”, afirmó.

Sobre remarketing, José Carlos Cortizo, cofundador y CMO de BrainSINS, recomendó usar el email e integrarlo con una personalización máxima. “Si sabemos algo del comportamiento del usuario deberíamos usarlo para darle una mejor experiencia”. Retargeting sí pero no a cualquier precio, Cortizo insistió en la importancia de no sobre impactar al usuario.

Facebook no ha muerto

Smartketing también abordó las claves de Facebook Ads con Berta Ventura, social ads specialist en Cyberclick, que apuntó que las apps de facebook son las más usadas y son una gran oportunidad para llegar a tu audiencia. Berta Ventura apuntó que el éxito de un campaña en Facebook Ads es el testeo. En este sentido, David Tomás, desveló la obsesión de su equipo por el testeo “son unos freaks del A/B testing. Si el marketing digital es importante para ti deberías hacer un A/B testing al día como mínimo”.

Toni Arco, CEO de Social&Loyal, añadió que para tener éxito en growth hacking la clave es hacer muchos experimentos. “Si lanzamos 80 experimentos al año tendremos el éxito garantizado”.

La jornada contó con destacados profesionales del marketing, como Nacho Sala, fundador y director de marketing de Atrápalo, que explicó que el secreto para crear engagement y dar personalidad a una marca es aportar contenido de valor. “Cada vez hay más déficit de atención. Un tuit tiene 3 horas de vida y un post de Facebook 5”, remarcó. Marina Sala, Inbound marketing specialist, añadió que además de ofrecer contenido debemos desarrollar soluciones integradas con nuestro producto que atraigan usuarios. Por ejemplo los tests interactivos. “La clave de una buena estrategia de Inbound es que todas las piezas encajen. Estrategia, contenido y ventas”, sentenció.

Pau Alpuente, CEO de Elabs, destacó que el SEO es también estrategia y que la clave es generar menos contenido pero relevante y con URLs conectadas entre sí. “El 70% de las búsquedas en Google nos lleva a sus productos, hay que basar nuestro SEO en el 30% restante”, afirmó.

Cyberclick cerró su evento con una ponencia inspiracional a cargo de David Tomás, ofreciendo las claves para transformar las compañías y promover la felicidad en el trabajo. “Piensa diferente y saca el genio que llevas dentro, estoy seguro que tu también puedes hacer cosas extraordinarias”.

Sobre Cyberclick

Cyberclick es una empresa especializada en marketing y publicidad digital.

Acompañamos a nuestros clientes en la creación de su estrategia y la optimización de campañas de publicidad online, desde una perspectiva innovadora, analítica y científica y con compromiso en los resultados. Contamos con equipos especializados para cada área del marketing digital: SEM, Email Marketing, Social Ads, Inbound Marketing, Branded Content, Publicidad Nativa, Data Science, Auditoría de Publicidad y Formación In-Company.

Además, queremos demostrar que la excelencia sólo es posible con un equipo de personas felices. Cyberclick fue considerada, durante dos años consecutivos, como la mejor pyme para trabajar en España, según Great Place to Work.

Contacto de prensa

Tanit de Pouplana

tpouplana@cyberclick.net

(+34) 93 508 82 34 / 619 65 44 44