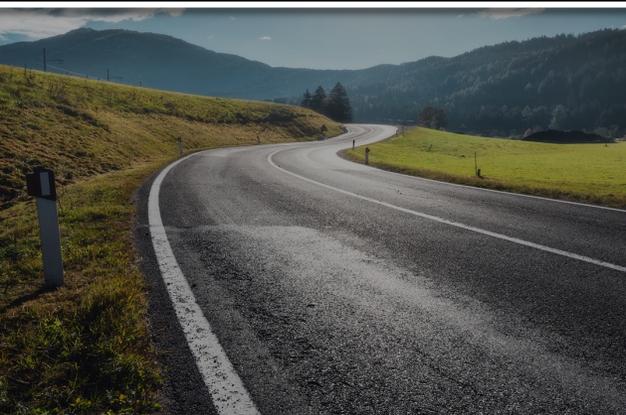




# Servicios Marketing Digital

**motorflash**  
DIGITALIZAMOS TU NEGOCIO *solutions*

Lo que no se mide, no se puede mejorar



Motorflash Solutions, consultora de negocio digital  
**especializada** en el **sector de automoción**

Somos la agencia de Marketing Digital con mayor **experiencia** en el sector de automoción

Llevamos **10** años gestionando el SEO/SEM/Redes Sociales de más de **40** clientes entre marcas, concesionarios, compra-ventas, empresas de renting...

Máxima especialización de recursos.  
Equipos diferentes para la gestión del SEO, SEM, Redes Sociales y Analítica Digital

# Contamos con la confianza

**RRG**  
 Embracing your mobility

**BMW MADRID**

**AutoWorld**  
 Tu ocasión inteligente

**DriveOn**  
 by Alphabet

**Jarmauto**

**moventia**  
 en movement des de 1923

**Das Welt Auto.**

**Auto Elia**

**Audi Selection**  
**:plus**

**MUNDIAUTO**

**F.Tomé**

**Awauto**

**ŠKODA**  
**MOVILSAN**

**Motor Munich**

**Helmática**

**ROMACAR**

**IRUÑA MOTOR**

**Motorsan**

**Lurauto**

**AUTO KOLECCIO**  
 VEHICLES D'OCASIÓ - KM 0 - GARANTIA

**AEROPARKING**

**ALD Automotive**

**VOLKSWAGEN**  
 GROUP RETAIL SPAIN CAREERS  
*got the drive?*

**Gyata**

**Autogándara**

**Grupo Sala**

**GRUPO RESNOVA**

**MUNDOMOVIL**  
 TENEMOS TU COCHE

**MIBEC OCASIO**

**GRUPO SERRANO AUTOMOCION**

**CARHAY**

**PROA GROUP**

**AUTOCENTRO IGARA**  
 Servicios Integrales para el Automóvil

**NAYOX**

**AUTOTRADE**

**BlauMotors**  
 TU SEAT EN PALMA

**Cars&Cars**  
 Vehículos de Ocasión Certificados

**Superwagen**

**JOTA ROCAL**

**CARMOTIVE**  
 PASION POR LOS COCHES

**hrmotor.com**

**CENTROWAGEN**

**AUTOCYL**

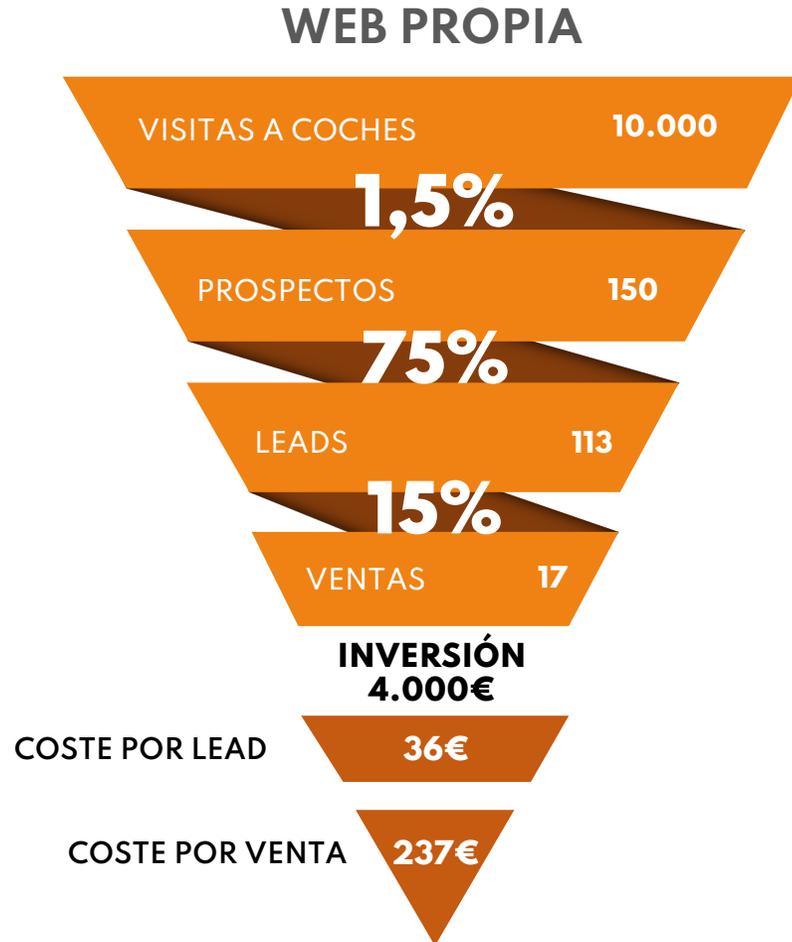
# Punto de inicio

Te proponemos que te hagas dos preguntas:

**¿Cuánto volumen de tu negocio se genera a través de plataformas externas y cuánto a través de tu propia web?**

**¿Conoces los KPIs claves de la gestión de tu negocio digital?**

# El funnel de conversión



Fuente: Esta información está basada en datos reales medios y agregados, obtenidos a partir de todos los clientes a los que Motorflash presta servicios de marketing digital

# Conclusiones

1

La web propia debe tener una aportación significativa en las ventas de coches

2

Las plataformas externas son necesarias porque aumentan la venta de coches, pero debe limitarse su dependencia

3

El coste por coche vendido es inferior cuando se vende a través de la web propia, que a través de plataformas externas

4

El coste por lead generado es inferior en la web propia que en las plataformas externas

5

La transformación de leads a ventas es mejor en la web propia que en las plataformas externas

6

La tasa de transformación de visitas a los coches en prospectos (lead no cualificado) es mejor en la web propia, que en las plataformas externas

7

El conocimiento de estos KPIs es clave para la gestión eficaz del negocio

# Diferencia entre prospect y leads

Un **prospect** es una persona interesada en nuestros servicios, que nos ha hecho llegar su contacto a través de nuestra web.

Es un contacto no cualificado

Un **lead** es esa persona interesada en nuestro servicios, que nos ha enviado su contacto a través de nuestra web y se le ha contactado, bien desde un Contact Center o directamente desde el Dpto. Comercial, y del cual hemos podido ampliar información.

Es un contacto cualificado

## ¿Qué criterios utiliza nuestro Contact Center para cualificar los leads?

Nuestros agentes atienden el 100% de los contactos generados, ya sea a través de llamada, email o WhatsApp

Un prospecto pasa a ser lead cuando cuenta con:

Nombre y apellidos  
Correo electrónico  
Teléfono  
Código postal  
Vehículo de interés  
Temperatura de compra

# Próximos pasos

Te proponemos ayudarte a desarrollar este modelo de ANÁLISIS DE KPIs para tu empresa. Para ello, solo necesitamos:

**1**

Acceso a tu Google Analytics

**2**

Información sobre la publicación de tu stock en plataformas externas

**3**

Información sobre las inversiones que haces en Marketing Digital

**4**

Te haremos una propuesta de plan de acción

Tiempo estimado para el desarrollo: **Una semana**

Si no dispones de esta información, también podemos ayudarte a crearla: **Es crítico que la conozcas para poder controlar el negocio.**

De esta forma sabrás:

**1**

Cuál es tu nivel de dependencia con las plataformas externas

**2**

La rentabilidad de la inversión que haces en tu web y en las plataformas externas: Coste por Lead y Coste por coche vendido

**3**

Las claves para mejorar tus ventas

# ¿Cuánto debo invertir y cómo debo distribuir la inversión en Marketing Digital?

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5
Tipología	Marcas Compra-venta muy grandes	Grupos concesionarios Compra-venta Grandes	Concesionarios grandes Compra-venta medianos	Concesionarios medianos Compra-venta pequeños	Concesionarios pequeños
Stock vehículos	> 2.000	500	200	50 a 200	< 50
Inversión/mes	50.000 – 100.000 €	12.000 – 20.000 €	8.000 – 12.000 €	3.000 – 8.000 €	Hasta 3.000 €

## Distribución de la inversión

SEO	8%	14%	18%	20%	25%
SEM	64%	60%	55%	55%	50%
RR.SS	10%	15%	25%	25%	25%
Otros	18%	11%	2%	0%	0%

# ¿Qué debemos esperar de cada fuente de tráfico?

## SEO

Tráfico lento de construir, pero de aportación clave para el negocio a medio y largo plazo, ya que aporta la **MEJOR TASA DE CONVERSIÓN** y **MEJOR RENTABILIDAD EN TÉRMINOS DE COSTE POR LEAD** y **COSTE POR COCHE VENDIDO**

*“El volumen de tráfico SEO que tiene una web de comercio electrónico es el mejor indicador de la salud del site”*

### ¿Qué recorrido SEO te proponemos?

Esto es lo que haremos para mejorar el tráfico SEO de tu site:

1

Hacer una auditoria inicial del tráfico SEO de tu web

2

Establecer objetivos de volumen y conversión a 6,12,18 y 24 meses

3

Confeccionar un plan de trabajo incidiendo sobre las áreas de mejora.

4

Implantaremos las mejoras de forma continua en la web

5

Enviarte un informe mensual indicando todos los KPIs de negocio y de gestión del SEO

# ¿Qué debemos esperar de cada fuente de tráfico?

## SEO

### ¿Cuánto debo invertir en SEO?

	Grupo <b>1</b>	Grupo <b>2</b>	Grupo <b>3</b>	Grupo <b>4</b>	Grupo <b>5</b>
Stock vehículos	> 2.000	Entre 500 y 2.000	Entre 200 y 500	Entre 50 y 200	< 50
Ámbito de ventas	100% nacional	75% nacional 25% local	50% nacional 50% local	25% nacional 75% local	100% local
Inversión/mes	5.000 €	± 2.500 €	Entre 1.500 y 2.500 €	En torno a 1.200 €	Hasta 1.000 €

### ¿Qué debo esperar del SEO?

	Inicio	Desarrollo	Maduración
Meses	1-6	6-24	A partir de 24
Coste por lead	En torno a 100 €	↓ a partir de 100 €	< a 5 €
Aportación al negocio	↓ 10%	↑ a partir del 10%	Mínimo 50%

# ¿Qué debemos esperar de cada fuente de tráfico?

## SEO

### Contenido informe SEO

KPIs de negocio	KPIs de gestión SEO
Evolución tráfico aportado por el SEO	Indicadores cualitativos de tráfico (rebote, páginas por sesión, tiempo medio de sesión)
Evolución cuota tráfico aportado por el SEO sobre tráfico total del site	Evolución impresiones y clics
Evolución conversiones aportadas por el SEO	Evolución CTR (Clic Through)
Evolución coste por conversión alcanzado por el tráfico SEO	Evolución visibilidad Sixtrix
Evaluación cuota conversiones aportadas por el SEO sobre total conversiones del site	Tareas realizadas
	Tareas previstas para los próximos meses

# ¿Qué debemos esperar de cada fuente de tráfico?

## SEM

*Orientado a objetivos tácticos.*

*Debe complementar al SEO, pero no sustituirlo*

Clave la calidad de la gestión para lograr costes por lead inferiores a los de plataformas externas

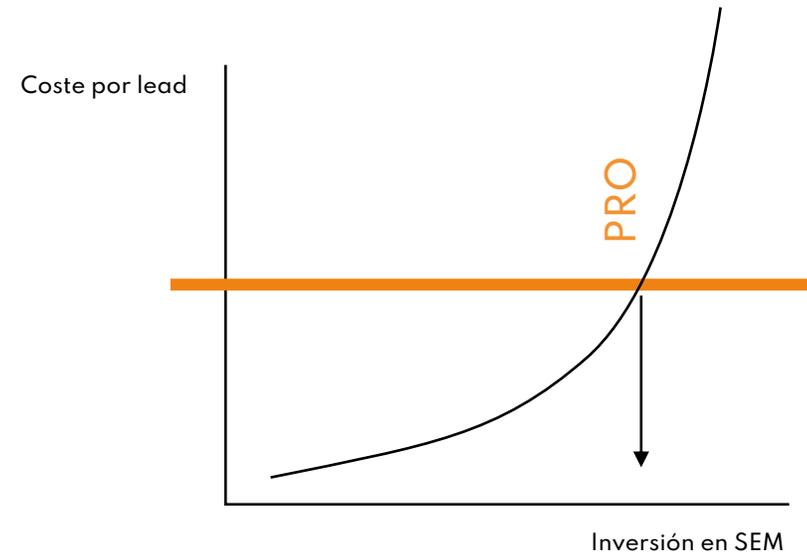
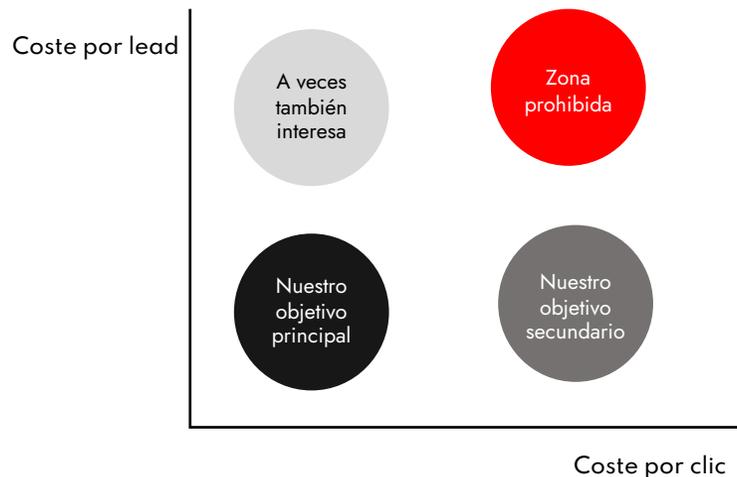
## ¿Cuánto debo invertir en SEM?

Objetivo: Conseguir el máximo de leads posibles, eso sí, asegurando el **RETORNO DE LA INVERSIÓN**.

No debe preocuparnos, comprar barato, sino que el tráfico que se compre genere un alto volumen de leads

Por eso, cada empresa en función de: volumen de stock, entorno competitivo, objetivos tácticos, etc., tiene su óptimo de inversión.

Nosotros lo llamamos el PRO (Punto de Retorno Óptimo)



# ¿Qué debemos esperar de cada fuente de tráfico?

## SEM

### ¿Qué debo esperar del SEM?

	Inicio	Desarrollo	Maduración
Meses	1	2-3	A partir del 3
Coste por lead	Período de optimización inicial de campañas		Rango 20-40 €

### ¿Qué recorrido SEM te proponemos?

Esto es lo que haremos para que el SEM te aporte muchos leads, asegurando la rentabilidad de la inversión:

1

Recibir un briefing inicial de tus objetivos

2

Hacer una propuesta inicial de campaña

3

Briefing continuo: Hablar contigo cuantas veces sea necesario. Cuanta más información tengamos de tu negocio y necesidades, mejor haremos nuestro trabajo

4

Hacer una optimización continua de las campañas. Cada campaña se revisa, mínimo una vez cada tres días

5

Enviarte un informe mensual

# ¿Qué debemos esperar de cada fuente de tráfico?

## SEM

### Coste por Conversión

	2022								
	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	YTD
Cliente A	22,79 €	28,71 €	19,29 €	13,07 €	16,66 €	15,37 €	15,42 €	9,27 €	15,86 €
Cliente B	18,73 €	18,24 €	23,44 €	18,66 €	20,80 €	17,86 €	18,03 €	15,81 €	18,73 €
Cliente C	-	-	-	7,80 €	7,07 €	9,23 €	10,43 €	10,57 €	8,79 €
Cliente D	145,31 €	117,94 €	182,16 €	185,66 €	190,84 €	222,56 €	182,18 €	56,12 €	135,11 €
Cliente E	51,19 €	43,91 €	39,18 €	51,93 €	60,41 €	90,91 €	44,47 €	39,84 €	50,54 €
Cliente F	69,92 €	74,88 €	39,34 €	30,71 €	50,00 €	34,28 €	54,54 €	52,17 €	46,08 €
Cliente G	72,73 €	133,44 €	159,93 €	160,09 €	82,76 €	133,48 €	94,44 €	117,10 €	112,14 €
Cliente H	29,41 €	125,00 €	249,24 €	42,59 €	72,70 €	124,90 €	83,95 €	69,56 €	66,25 €
Cliente I	-	-	-	-	44,41 €	40,00 €	58,32 €	77,87 €	55,01 €
Cliente J	67,87 €	50,63 €	34,07 €	31,25 €	29,96 €	56,01 €	38,16 €	26,27 €	37,95 €
Cliente K	23,00 €	24,69 €	29,38 €	32,43 €	33,87 €	21,46 €	29,53 €	16,96 €	25,40 €
Cliente L	19,83 €	26,56 €	23,67 €	26,46 €	138,81 €	24,45 €	11,74 €	13,77 €	21,43 €
Cliente M	21,56 €	19,93 €	29,06 €	29,94 €	24,21 €	25,45 €	39,31 €	31,08 €	27,71 €
Cliente N	32,26 €	35,54 €	28,05 €	28,78 €	36,00 €	31,11 €	31,46 €	29,28 €	31,33 €
Cliente O	9,76 €	29,98 €	24,15 €	18,63 €	13,45 €	22,62 €	21,15 €	20,72 €	18,01 €
Cliente P	7,02 €	5,77 €	5,82 €	6,80 €	9,25 €	5,94 €	7,46 €	4,80 €	6,65 €
Cliente Q	36,24 €	50,86 €	32,97 €	29,78 €	18,60 €	37,66 €	23,14 €	32,16 €	30,46 €

# ¿Qué debemos esperar de cada fuente de tráfico?

## SEM

KPIs de negocio	KPIs de gestión SEM
Cifras mensuales y evolución mensual vs mismo período del año anterior de los siguientes KPIs	Cifras mensuales y evolución mensual vs mismo período del año anterior de los siguientes KPIs
Tráfico	Impresiones
Cuota de tráfico	Clics
Conversiones	CTR
Tasa de conversión	CPC medio
Cuota de conversiones	Clics y conversiones por:
Coste por conversión	Dispositivo
	Sexo
	Edad
	Día de la semana

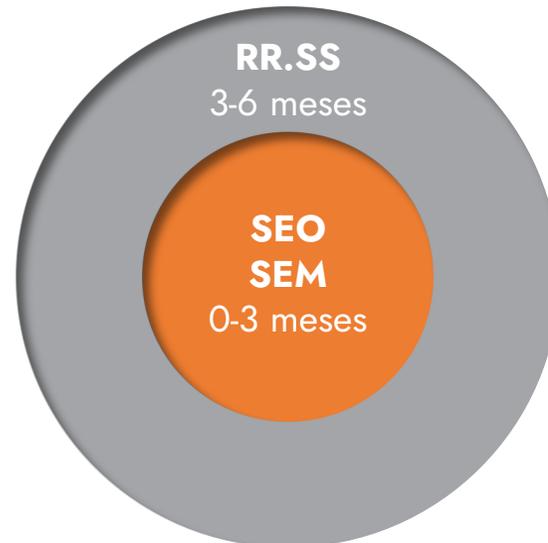
# ¿Qué debemos esperar de cada fuente de tráfico?

## RR.SS

Nuestra visión de las Redes Sociales:  
*“Los likes no pagan facturas”*

100 % enfocadas a objetivos tácticos, con una única misión:  
**Generar leads a un precio nunca superior a 10 €**

Permiten ampliar el alcance de nuestra visibilidad, ya que llegamos a personas que aun no han empezado a hacer búsquedas (SEO, SEM), pero que van a hacerlo en un futuro próximo.



*El éxito de las campañas en Redes Sociales, es aun más sensible que el SEM a la calidad de la gestión: Deben aprovecharse todas las posibilidades de segmentación, uso de herramientas auxiliares que permiten optimizar las creatividades y una revisión/optimización continua*

# ¿Qué debemos esperar de cada fuente de tráfico?

## RR.SS

### ¿Qué debo esperar de las RR.SS?

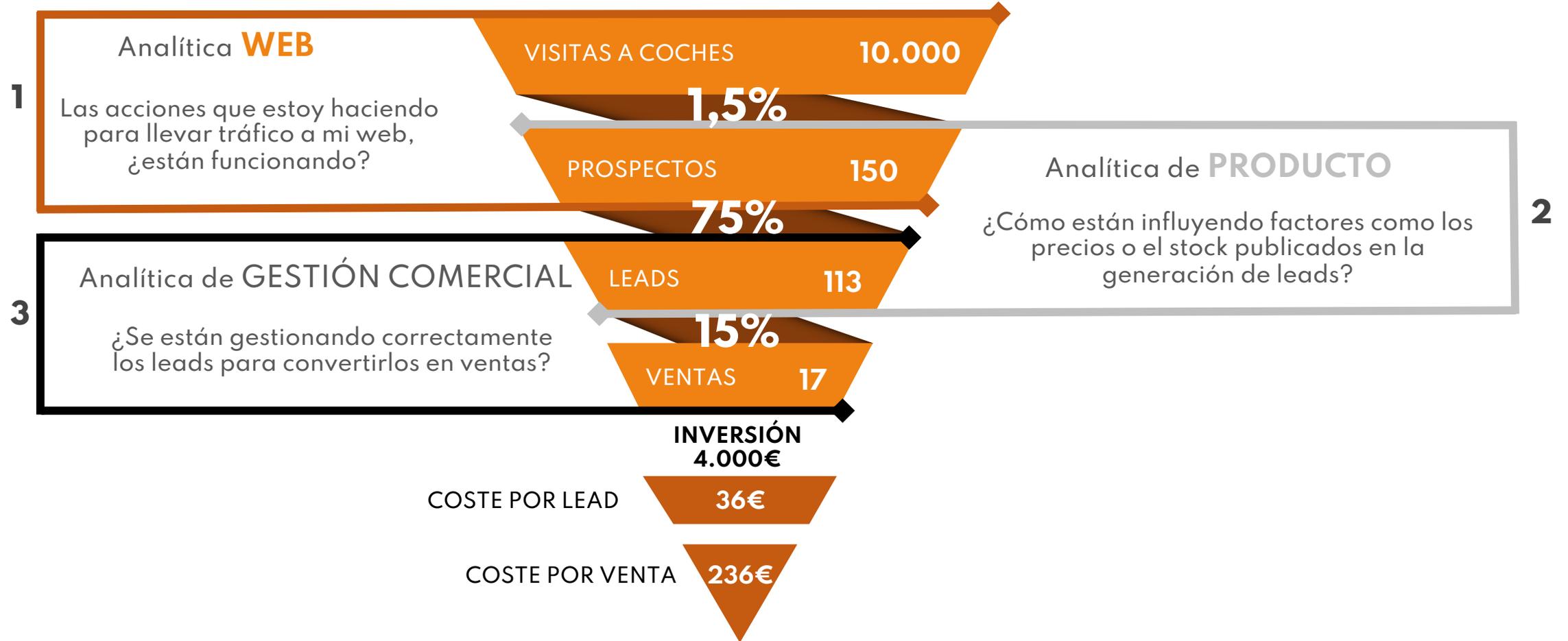
	Inicio	Desarrollo	Maduración
Meses	1	2-3	A partir del 3
Coste por lead	Período de optimización inicial de campañas		Rango 10 €

### ¿Qué recorrido en Redes Sociales te proponemos?

- 1 Recibir un briefing inicial de tus objetivos
- 2 Hacer una propuesta inicial de campaña
- 3 Configurar correctamente los píxeles de conversión en tu web. Esto nos permitirá optimizar las campañas, utilizando la consecución de leads como criterio de planificación
- 4 Briefing continuo: hablaremos contigo cuantas veces sea. Cuanta más información tengamos de tu negocio y tus necesidades puntuales, mejor haremos nuestro trabajo
- 5 Hacer una optimización continua de las campañas. Cada campaña se revisa, mínimo una vez cada tres días
- 6 Enviarte un informe mensual

# El valor de la analítica digital

## Nuestra aplicación de la analítica digital



*La analítica digital marca la diferencia*

# El valor de la analítica digital

## Aplicación del funnel de analítica digital

Para la aplicación de este modelo de gestión, Motorflash combina el uso de las herramientas disponibles en el mercado con otras de desarrollo propio:

### Herramientas de mercado

- Google Analytics (\*)
- Adobe Analytics

(\*) Todas nuestras webs combinan ya la medición a través de Google Analytics Universal y Google Analytics 4 (nueva versión de Google Analytics a partir de Julio 2023)

### Herramientas exclusivas de desarrollo propio

Herramienta	Objetivo
CTA Tracking	Nos permite conocer, el comportamiento, en cuestión de generación de conversiones, de los diferentes CTAs habilitados en las webs
Call Tracking	Nos permite monitorizar el origen de los leads según la plataforma de generación y según la fuente de tráfico en la web propia
Mail Tracking	Es el origen de la construcción del funnel de conversión

# Tarifas Marketing Digital

Servicio	Precio sin IVA	Observaciones
Gestión SEO	65 €/hora	Facturación mínima mes: 900 €
Gestión SEM	15 % de la inversión	Facturación mínima: 650 €/mes No incluye la inversión en buscadores que se factura directamente al cliente
Campañas Redes Sociales	15 % de la inversión	Facturación mínima: 650 €/mes No incluye la inversión en buscadores que se factura directamente al cliente
Otros servicios: Analítica, gestión Google My Business	65 €/hora	Se elaborará un presupuesto basado en el briefing de necesidades trasladado por el cliente

# GRACIAS

**motorflash**  
DIGITALIZAMOS TU NEGOCIO **solutions**

[www.motorflashiberica.com](http://www.motorflashiberica.com)



Motorflash Solutions

Tel. +34 913 728 790

info@motorflash.com

© Todos los derechos reservados