

Convenio de Colaboración

En Madrid, a 20 de noviembre de 2014

REUNIDOS

De una parte, D. José María Quintanar Isasi, en calidad de Presidente del Consejo de Administración de Agrupación iusTime A.I.E., con CIF G83153700, con domicilio en la calle Santa Rita, 9 de Madrid.

De otra, D. Jesús Barón Rodríguez, en calidad de Vicepresidente de Semmantica Comunicación SL, con CIF B99304289 y domiciliada en la calle San Lorenzo, 6 de Zaragoza.

Se reconocen mutuamente la capacidad legal suficiente para obligar a sus respectivas entidades.

AGRUPACIÓN IUSTIME A.I.E. en adelante iusTime, es una Agrupación de Interés Económico de ámbito europeo formada por un grupo de Despachos de alto prestigio en el Asesoramiento integral de empresas, caracterizada por su imagen de marca, calidad y compromiso con el cliente.

SEMMANTICA COMUNICACIÓN SL, en adelante Semmantica, es una sociedad mercantil dedicada a la consultoría de publicidad por internet, posicionamiento en buscadores, seguimiento y optimización web.

MANIFIESTAN

1. Que Semmantica dispone de servicios de publicidad online.
2. Que la AGRUPACIÓN IUSTIME AIE está interesada en ofrecer a sus despachos asociados la posibilidad de utilizar estos servicios.

3. Que ambas entidades desean suscribir el presente convenio de colaboración, que se registrá por las siguientes

CLÁUSULAS

1. Alcance

El alcance del presente convenio es la prestación de los servicios relacionados en el Anexo I.

2. Condiciones económicas

Las condiciones económicas podrán variar en función de los requerimientos específicos de cada despacho y de la solución propuesta por los consultores de Semmantica.

Como ejemplo, Semmantica ofrece en este convenio la contratación de cualquiera de los siguientes paquetes con estas tarifas de referencia.

Pack básico

Lanzamiento de las campañas	550€
Fee mensual	(190€ de gestión + 300€ inversión) 490€
Oferta semestre (ahorro 10%)	3.141€

Pack premium

Lanzamiento de las campañas	950€
Fee mensual	(290€ de gestión + 600€ inversión) 890€
Oferta semestre (ahorro 10%)	5.661€

3. Obligación de publicidad

iusTime asume la obligación de publicitar en su página web y por medio de correo electrónico la firma de este convenio entre todos sus asociados.

4. Confidencialidad y Tratamiento de Datos de Carácter Personal

Para que Quipu pueda efectuar las acciones de promoción que considere oportunas, iusTime facilitará los datos pertinentes de sus asociados mediante una base de datos informatizada.

Quipu se compromete a utilizar única y exclusivamente los datos facilitados por iusTime en las acciones comerciales que hayan sido comunicadas previamente a los representantes de la Agrupación.

4. Duración

La duración de este Convenio de colaboración se establece de común acuerdo entre las partes por un período de un (1) años desde la fecha de la firma. Se prorrogará tácitamente por períodos de un (1) año, siempre y cuando no haya aviso previo de cualquiera de las partes comunicando de forma fehaciente el deseo de finalizarlo, con una anticipación mínima de tres meses.

Y para dejar constancia de lo convenido, las dos partes firman este acuerdo, por duplicado, en el lugar y la fecha antes mencionados.

Jesús Barón Rodríguez
Semmantica

José María Quintanar Isasi
iusTime

Anexo I

Convenio de Colaboración

iusTime - Semmantica

semmantica
marketing en internet

1. ¿Qué es SEM?

Descripción

SEM es un término que hace referencia a la publicidad en buscadores.

Cualquier anunciante puede pagar por mostrar sus anuncios cuando un usuario realiza una búsqueda determinada en plataformas como Google. La publicidad se muestra sin coste y es al recibir un clic cuando se nos cobra, por tanto el pago se hace por clic (PPC). Ejemplo:

Un usuario busca en Google «asesoría fiscal Zaragoza»

The screenshot shows a Google search interface with the query 'asesoría fiscal zaragoza'. The search results are displayed in a grid. The first two results are highlighted with blue boxes, indicating they are sponsored. The first result is 'Asesoría Fiscal Zaragoza - Ayuda@Pymes.com' and the second is 'Asesoría Fiscal Zaragoza - tubeliasesor.com'. Below these, there are several organic search results, including 'Asesoría Contable Fiscal - gestorm.es', 'Asesoramiento fiscal en Zaragoza. Asesoría fiscal Zaragoza...', and 'AFIRIS ASESORIA ZARAGOZA. Irs Asesores S.L. Gestoría...'. The sponsored results are clearly marked with a blue background and a small 'Anuncio' label.

Los resultados en azul son publicidad contratada

Se cobra una cantidad por cada clic recibido

El usuario es enviado a la página Web elegida

semmantica
marketing en internet

1. ¿Qué es SEM?

¿Para qué sirve el SEM?

Aumento de las visitas

- La consecuencia directa de utilizar SEM es que lograremos que más usuarios lleguen hasta nuestra página Web, más o menos en función de cuántos estén buscando las palabras que hayamos seleccionado.

Aumento del tráfico relevante

- La captación del tráfico puede llegar a ser muy específica, atrayendo público objetivo con interés previo en nuestros servicios y con un potencial muy alto de convertirse en cliente.

Aumento de la consecución de objetivos

- Como consecuencia del aumento del tráfico y de la relevancia de éste lograremos que más usuarios ejecuten la acción que nos marcáramos como objetivo (que compren, dejen sus datos de contacto o se suscriban a un boletín).

Mejora del reconocimiento de marca

- La visibilidad de la marca se verá incrementada con la utilización de SEM, pues Google nos mostrará entre los primeros resultados para aquellas búsquedas que hayamos elegido, dándonos a conocer más fácilmente.

semantica
marketing en internet

1. ¿Qué es SEM?

¿Cuánto cuesta hacer SEM?

El precio de cada clic depende de tres funciones:

- El precio máximo que estemos dispuestos a pagar.
- El precio que la competencia esté dispuesta a pagar.
- La relevancia de nuestra publicidad para el usuario que realiza la búsqueda.

¿Cuál es el precio medio actual* para palabras relacionadas con «asesoría»?

- Asesoría Laboral: 2-3 €
- Asesoría Contable: 1-2 €
- Asesoría Fiscal: 4-5 €
- Asesoría Jurídica: 1-2 €
- Asesoría Mercantil: 2-3 €

** Estas cifras las obtenemos a través de una estimación de Google Adwords.*

¿Cuánto deberíamos estar dispuestos a pagar por cada clic?

- Para calcular la rentabilidad de las campañas debemos contar el número de usuarios que hace falta enviar a la web para que uno deje sus datos. Cuántos de esos se convierten finalmente en clientes y el beneficio medio que recibimos por cliente.
- De este modo estamos calculando el beneficio que nos reporta un cliente y el coste global de captación.

semantica
marketing en internet

1. ¿Qué es SEM?

¿Qué más opciones hay disponibles?

Además de buscar clientes en buscadores, lo que se conoce como la Red de Búsqueda, también existen otras modalidades publicitarias para hacer marketing en Internet:

Red de Display

Google cuenta con una extensa red de páginas en donde podemos anunciarnos con publicidad gráfica (Banners).

Dicha red nos permite ser muy específicos en la elección de las páginas y en los usuarios a los que mostrar nuestros productos. En esta red sólo se paga por los clics obtenidos, y no por el tiempo o el número de apariciones. Además, es una fuente de tráfico que tiene un precio muy inferior al de la red de Búsqueda.

Remarketing

El Remarketing es una modalidad por la cual podemos mostrar publicidad a usuarios que previamente han estado en nuestra Web. De este modo a aquellos que han visitado la Web pero se han ido sin dejar los datos de contacto podremos elegirlos para mostrarles nuestra publicidad e intentar lograr que vuelvan y finalmente completen el formulario.

semantica
marketing en internet

2. Competencia

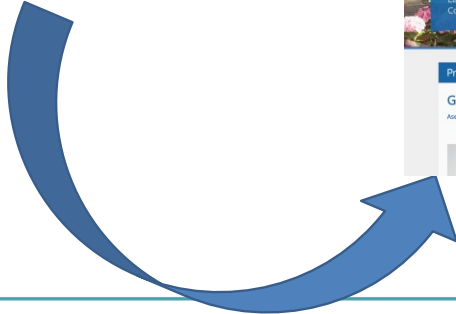
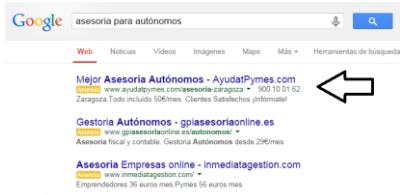
¿Qué hace nuestra competencia? (I)



semantica
marketing en internet

2. Competencia

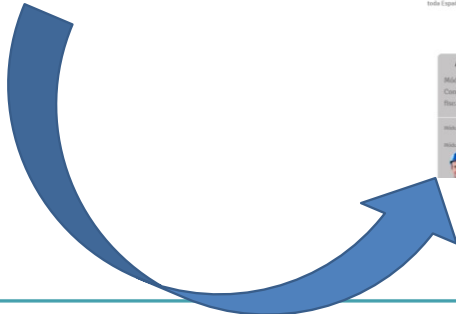
¿Qué hace nuestra competencia? (II)



semantica
marketing en internet

2. Competencia

¿Qué hace nuestra competencia? (III)



semantica
marketing en internet

3. Propuesta

¿Qué hacemos en Semmantica?

Red de Búsqueda

Analizamos las palabras por las que los clientes buscan nuestros servicios y escogemos las más relevantes.

Creamos anuncios atractivos para que generen el máximo volumen de clics.

Llevamos a los usuarios a la página más atractiva para convertirlos en clientes.

Anuncios en la Red Búsqueda



Red de Display

Buscamos aquellas páginas web donde van a estar navegando nuestros clientes potenciales.

Segmentamos las ubicaciones y escogemos las más adecuadas para mostrar la publicidad.

Publicamos anuncios que sean atractivos para provocar el clic y llevarlos a la página web.

Google Display Network

Remarketing

Clientes que miraron varias páginas pero no dejaron el contacto. Alguno que se estuvo en cierto apartado de nuestra web...

Podemos diferenciar entre los distintos tipos de públicos y lanzarles publicidad específica en función de su navegación.

Google
Remarketing

semantica
marketing en internet

3. Propuesta

Capacidad de Segmentación

Geográfica

- Podemos segmentar geográficamente desde el país, comunidad autónoma, provincia, ciudad e incluso barrio para las grandes ciudades.

Horaria

- Existe la posibilidad de mostrar los anuncios sólo a ciertas horas del día: horario laboral, sólo de noche, sólo por las mañanas...

Diaria

- Se puede elegir qué días mostrar la publicidad: entre semana, fines de semana...

Especialización

- Especialización para ciertos tipos de clientes: autónomos, empresas, particulares...
- Especialización en la actividad profesional: asesoría fiscal, jurídica, mercantil...

Segmentación Negativa

- Del mismo modo que podemos elegir las palabras clave que muestran nuestros anuncios podemos elegir aquellas que nos interesan: gratuito, voluntario...

semantica
marketing en internet

3. Propuesta

Nos adaptamos a la inversión

Google Adwords permite ajustar el presupuesto diario de modo que podemos controlar el número de clics que obtengamos cada día y por tanto el gasto mensual.

Trabajamos con inversiones grandes:

Firmas que busquen atraer un gran volumen de usuarios y así para posibilitar la llegada de un gran número de contactos a su página.

- Crearemos campañas que capten tráfico en búsqueda, buscando palabras específicas y otras relacionadas con la actividad. También crearemos campañas de Display y Remarketing.

Trabajamos con inversiones pequeñas:

Firmas que quieren dinamizar su cartera de clientes pero que no puedan permitirse o bien atraer un gran número de clientes o hacer un gasto demasiado fuerte.

- Creamos campañas de búsqueda con términos muy específicos para lograr atraer a usuarios de un perfil que coincida lo máximo posible con el tipo de clientes que tenga la firma.

semmantica
marketing en internet

3. Propuesta

Landing Pages

Hay un requisito obligatorio para crear una campaña de Google Adwords y es, por supuesto, tener una página Web que anunciar. De entre todas las páginas que hay dentro de un dominio es importante elegir la que tenga más posibilidades de lograr una conversión.

Hay ciertas características en una Landing Page (página de aterrizaje) que es necesario mencionar a la hora de elegir a dónde enviar a nuestro público:

- **Facilitar el contacto del usuario:** tanto si tu objetivo es lograr contactos como ventas, es importante facilitar estos procesos a los potenciales clientes.
- **Persuasión:** destacar los productos o servicios de modo que el usuario los encuentren atractivos.
- **Diseño atractivo:** las páginas desactualizadas generan desconfianza en los usuarios y dificultan la consecución de los objetivos.
- **Equilibrio:** debe existir un equilibrio entre la cantidad de texto y las imágenes.

semmantica
marketing en internet

4. Propuesta económica

Operativa de gestión Adwords

El coste para el asociado se compondrá de dos partes: inversión directa en Adwords + coste del servicio. La inversión óptima a realizar es difícil decidirla ya que dependerá de:

- Número de personas que vivan (y por tanto busquen en Google) en el área geográfica donde esté sita la asesoría.
- Abanico de servicios que cada asociado ofrezca y cuántos de ellos desee promocionar.

En este sentido, se enviará una encuesta inicial a cada asociado que servirá de **briefing** de base para recabar la información necesaria y en base a la información obtenida en ella se lanzarán las campañas.

semantica
marketing en internet

4. Propuesta económica

Propuesta económica

Para simplificar el proceso y facilitar la toma de decisiones a los asociados, proponemos ofrecer distintos packs de manera que sólo tengan que elegir uno de ellos.

Pack básico

Lanzamiento de las campañas	550€
Fee mensual	(190€ de gestión + 300€ inversión) 490€
Oferta semestre (ahorro 10%)	3.141€

Pack premium

Lanzamiento de las campañas	950€
Fee mensual	(290€ de gestión + 600€ inversión) 890€
Oferta semestre (ahorro 10%)	5.661€

El lanzamiento incluye todo lo necesario para la puesta en marcha: encuesta inicial, creación cuenta de Adwords, creación de campañas y anuncios.

El fee mensual incluye la gestión íntegra de las campañas, un informe de rendimiento mensual y la inversión directa a realizar en Adwords.

Se realizará el 50% del pago al comienzo del proyecto.

semantica
marketing en internet

semmantica
marketing en internet

 info@semmantica.com

 [@semmantica](https://twitter.com/semmantica)