



**LA PUBLICIDAD EN BUSCADORES,
UNA SOLUCION EFICAZ Y SENCILLA PARA
VENDER EN INTERNET**

4 de junio de 2008

Emilia Jódar Amat
Responsable de Cuentas Search Marketing- Yahoo! España



Agenda

- ¿Qué es la Publicidad en Buscadores?
- Hacer una campaña (y hacerla bien)



¿Qué es la Publicidad en Buscadores?

<http://searchmarketing.yahoo.es>

Cámara
de Comercio

3



Imaginemos una solución publicitaria

- ✓ ... que llega a personas que buscan activamente su producto o servicio,
- ✓ por la cual usted solo paga si alguien se interesa por su oferta
- ✓ y que le permite fijar en todo momento el precio por contacto cualificado

Esto es, en resumen, la Publicidad en buscadores, el marketing en buscadores, el Search Marketing o los enlaces patrocinados

<http://searchmarketing.yahoo.es>

Cámara
de Comercio

4



Los Enlaces Patrocinados en acción

2

1 usuario hace una búsqueda

3

Los listados se ordenan en función

4

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

101

102

103

104

105

106

107

108

109

110

111

112

113

114

115

116

117

118

119

120

121

122

123

124

125

126

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

147

148

149

150

151

152

153

154

155

156

157

158

159

160

161

162

163

164

165

166

167

168

169

170

171

172

173

174

175

176

177

178

179

180

181

182

183

184

185

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

196

197

198

199

200

201

202

203

204

205

206

207

208

209

210

211

212

213

214

215

216

217

218

219

220

221

222

223

224

225

226

227

228

229

230

231

232

233

234

235

236

237

238

239

240

241

242

243

244

245

246

247

248

249

250

251

252

253

254

255

256

257

258

259

260

261

262

263

264

265

266

267

268

269

270

271

272

273

274

275

276

277

278

279

280

281

282

283

284

285

286

287

288

289

290

291

292

293

294

295

296

297

298

299

300

301

302

303

304

305

306

307

308

309

310

311

312

313

314

315

316

317

318

319

320

321

322

323

324

325

326

327

328

329

330

331

332

333

334

335

336

337

338

339

340

341

342

343

344

345

346

347

348

349

350

351

352

353

354

355

356

357

358

359

360

361

362

363

364

365

366

367

368

369

370

371

372

373

374

375

376

377

378

379

380

381

382

383

384

385

386

387

388

389

390

391

392

393

394

395

396

397

398

399

400

401

402

403

404

405

406

407

408

409

410

411

412

413

414

415

416

417

418

419

420

421

422

423

424

425

426

427

428

429

430

431

432

433

434

435

436

437

438

439

440

441

442

443

444

445

446

447

448

449

450

451

452

453

454

455

456

457

458

459

460

461

462

463

464

465

466

467

468

469

470

471

472

473

474

475

476

477

478

479

480

481

482

483

484

485

486

487

488

489

490

491

492

493

494

495

496

497

498

499

500

501

502

503

504

505

506

507

508

509

510

511

512

513

514

515

516

517

518

519

520

521

522

523

524

525

526

527

528

529

530

531

532

533

534

535

536

537

538

539

540

541

542

543

544

545

546

547

548

549

550

551

552

553

554

555

556

557

558

559

560

561

562

563

564

565

566

567

568

569

570

571

572

573

574

575

576

577

578

579

580

581

582

583

584

585

586

587

588

589

590

591

592

593

594

595

596

597

598

599

600

601

602

603

604

605

606

607

608

609

610

611

612

613

614

615

616

617

618

619

620

621

622

623

624

625

626

627

628

629

630

631

632

633

634

635

636

637

638

639

640

641

642

643

644

645

646

647

648

649

650

651

652

653

654

655

656

657

658

659

660

661

662

663

664

665

666

667

668

669

670

671

672

673

674

675

676

677

678

679

680

681

682

683

684

685

686

687

688

689

690

691

692

693

694

695

696

697

698

699

700

701

702

703

704

705

706

707

708

709

710

711

712

713

714

715

716

717

718

719

720

721

722

723

724

725

726

727

728

729

730

731

732

733

734

735

736

737

738

739

740

741

742

743

744

745

746

747

748

749

750

751

752

753

754

755

756

757

758

759

760

761

762

763

764

765

766

767

768

769

770

771

772

773

774

775

776

777

778

779

780

781

782

783

784

785

786

787

788

789

790

791

792

793

794

795

796

797

798

799

800

801

802

803

804

805

806

807

808

809

810

811

812

813

814

815

816

817

818

819

820

821

822

823

824

825

826

827

828

829

830

831

832

833

834

835

836

837

838

839

840

841

842

843

844

845

846

847

848

849

850

851

852

853

854

855

856

857

858

859

860

861

862

863

864

865

866

867

868

869

870

871

872

873

874

875

876

877

878

879

880

881

882

883

884

885

886

887

888

889

890

891

892

893

894

895

896

897

898

899

900

901

902

903

904

905

906

907

908

909

910

911

912

913

914

915

916

917

918

919

920

921

922

923

924

925

926

927

928

929

930

931

932

933

934

935

936

937

938

939

940

941

942

943

944

945

946

947

948

949

950

951

952

953

954

955

956

957

958

959

960

961

962

963

964

965

966

967

968

969

970

971

972

973

974

975

976

977

978

979

980

981

982

983

984

985

986

987

988

989

990

991

992

993

994

995

996

997

998

999

1000

1001

1002

1003

1004

1005

1006

1007

1008

1009

1010

1011

1012

1013

1014

1015

1016

1017

1018

1019

1020

1021

1022

1023

1024

1025

1026

1027

1028

1029

1030

1031

1032

1033

1034

1035

1036

1037

1038

1039

1040

1041

1042

1043

1044

1045

1046

1047

1048

1049

1050

1051

1052

1053

1054

1055

1056

1057

1058

1059

1060

1061

1062

1063

1064

1065

1066

1067

1068

1069

1070

1071

1072

1073

1074

1075

1076

1077

1078

1079

1080

1081

1082

1083

1084

1085

1086

1087

1088

1089

1090

1091

1092

1093

1094

1095

1096

1097

1098

1099

1100

1101

1102

1103

1104

1105

1106

1107

1108

1109

1110

1111

1112

1113

1114

1115

1116

1117

1118

1119

1120

1121

1122

1123

1124

1125

1126

1127

1128

1129

1130

1131

1132

1133

1134

1135

1136

1137

1138

1139

1140

1141

1142

1143

1144

1145

1146

1147

1148

1149

1150

1151

1152

1153

1154

1155

1156

1157

1158

1159

1160

1161

1162

1163

1164

1165

1166

1167

1168

1169

1170

1171

1172

1173

1174

1175

1176

1177

1178

1179

1180

1181

1182

1183

1184

1185

1186

1187

1188

1189

1190

1191

1192

1193

1194

1195

1196

1197

1198

1199

1200

1201

1202

1203

1204

1205

1206

1207

1208

1209

1210

1211

1212

1213

1214

1215

1216

1217

1218

1219

1220

1221

1222

1223

1224

1225

1226

1227

1228

1229

1230

1231

1232

1233

1234

1235

1236

1237

1238

1239

1240

1241

1242

1243

1244

1245

1246

1247

1248

1249

1250

1251

1252

1253

1254

1255

1256

1257

1258

1259

1260

1261

1262

1263

1264

1265

1266

1267

1268

1269

1270

1271

1272

1273

1274

1275

1276

1277

1278

1279

1280

1281

1282

1283

1284

1285

1286

1287

1288

1289

1290

1291

1292

1293

1294

1295

1296

1297

1298

1299

1300

1301

1302

1303

1304

1305

1306

1307

1308

1309

1310

1311

1312

1313

1314

1315

1316

1317

1318

1319

1320

1321

1322

1323

1324

1325

1326

1327

1328

1329

1330

1331

1332

1333

1334

1335

1336

1337

1338

1339

1340

1341

1342

1343

1344

1345

1346

1347

1348

1349

1350

1351

1352

1353

1354

1355

1356

1357

1358

1359

1360

1361

1362

1363

1364

1365

1366

1367

1368

1369

1370

1371

1372

1373

1374

1375

1376

1377

1378

1379

1380

1381

1382

1383

1384

1385

1386

1387

1388

1389

1390

1391

1392

1393

1394

1395

1396

1397

1398

1399

1400

1401

1402

1403

1404

1405

1406

1407

1408

1409

1410

1411

1412

1413

1414

1415

1416

1417

1418

1419

1420

1421

1422

1423

1424

1425

1426

1427

1428

1429

1430

1431

1432

1433

1434

1435

1436

1437

1438

1439

1440

1441

1442

1443

1444

1445

1446

1447

1448

1449

1450

1451

1452

1453

1454

1455

1456

1457

1458

1459

1460

1461

1462

1463

1464

1465

1466

1467

1468

1469

1470

1471

1472

1473

1474

1475

1476

1477

1478

1479

1480

1481

1482



Solo paga por lo que obtiene

- ✓ Usted determina siempre y en todo momento cuánto pagar por cada contacto
- ✓ Fija y cambia fácilmente el posicionamiento respecto a los competidores directos
- ✓ Paga solamente el precio por contacto cuando el potencial cliente realmente se interesa por sus productos o servicios (Modelo de CPC o Coste por Clic) y no cuando ve su anuncio

La empresa maximiza el retorno de su inversión publicitaria

<http://searchmarketing.yahoo.es>

Gámmara
Marketing

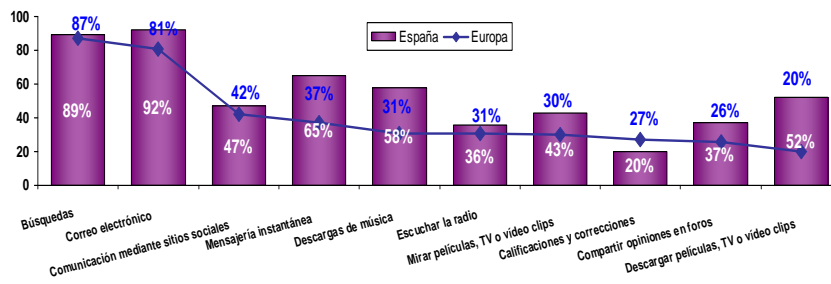
7



¿Porque funciona?

La búsqueda: uno de los pilares de Internet

Las 10 actividades on line más importantes (%)



[Base: Todos los usuarios de Internet (n=4.017) y todos los usuarios españoles de Internet (n=514)]

<http://searchmarketing.yahoo.es>

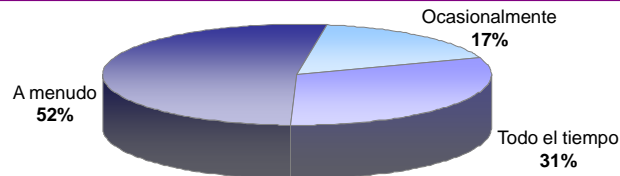
Gámmara
Marketing

8



La solución para encontrar el sitio del anunciante

Más de **8 de cada 10 usuarios** usan habitualmente buscadores después de recordar parcialmente la dirección de un sitio Web



Más de una de cada tres mujeres usan siempre un buscador, al igual que el 40% de los usuarios entre 24 y 34 años.

* Cuando recuerda parte de la dirección de un sitio Web, o cuando no la recuerda en absoluto, ¿usa un buscador?

Fuente: Carat Expert, Buscadores: Un complemento a la publicidad tradicional. Encuesta llevada a cabo del 23 al 30 de May, 2007 sobre 500 usuarios



<http://searchmarketing.yahoo.es>

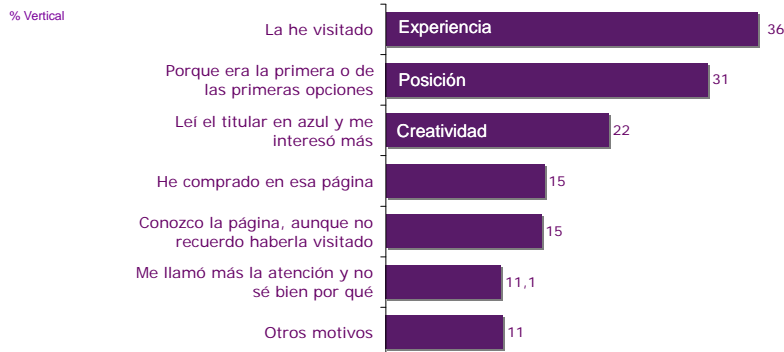
9



Motivos que afectan la elección de resultado en un buscador

- Conocer previamente la marca o haberla visto es el **primer factor de influencia en la elección de resultados** en buscadores

P. De los siguientes motivos que te ofrecemos a continuación, por favor señala los dos (máximo) que han tenido más peso a la hora de elegir la primera opción.



Base: 1.170 Total muestra

Fuente: thecocktailanalysis



<http://searchmarketing.yahoo.es>

10



Buscadores como herramienta de MKT: Valor único

Los buscadores permiten llegar a un usuario activo y altamente segmentado.



<http://searchmarketing.yahoo.es>

Cámara
Marketing

11



¿Y qué pasa con el usuario, con nuestro potencial cliente?



<http://searchm>

Cámara
Marketing

12



Hacer una campaña (¡y hacerla bien! 😊)

<http://searchmarketing.yahoo.es>



13



¿Cómo empezar? 5 pasos sencillos



Anúnciese en Yahoo! Search Marketing en 5 pasos sencillos

- 1 Definir una segmentación geográfica**
Muestre su anuncio a los clientes de todo el mercado español o seleccione Comunidades Autónomas o Provincias específicas.
- 2 Seleccionar palabras clave relacionadas con su empresa**
Seleccione palabras o frases relacionadas con los productos y los servicios que su negocio proporciona.
- 3 Definir su presupuesto**
Defina su presupuesto mensual y un coste por click.
- 4 Crear su anuncio**
Redacte el anuncio que se mostrará a sus clientes.
- 5 Activar o guardar su anuncio**
Para activar su anuncio, una vez lo haya revisado, debe introducir su información de facturación, o bien puede guardar su anuncio hasta que esté preparado para activarlo.

¿Necesita ayuda?



¿Necesita ayuda? Le podemos ayudar a encontrar sus palabras clave y a redactar sus anuncios. Obtenga más información acerca de la **Campaña asistida**.

Glosario de términos

Seleccionar un mercado

Mercado :

España

Suscribirse en:

- Español
 English

<http://searchmarketing.yahoo.es>



14



¿Cómo empezar?

1º Paso: Definir la distribución de su anuncio

Segmentación geográfica | **Palabras clave** | Costes y presupuesto | Creación de anuncios | Revisión y activación

1. Definir una segmentación geográfica

¿Desea mostrar su anuncio a todos los usuarios del mercado español? ¿Prefiere restringir la distribución de su anuncio a comunidades autónomas o provincias dentro de dicho mercado?

Su mercado para esta cuenta: España

Seleccione su preferencia en cuanto a segmentación geográfica:

Todo el país Regiones específicas

Segmentar por: Comunidad autónoma

Definición

Comunidades autónomas en España

- Aragón
- Cantabria
- Castilla y León
- Castilla-La Mancha
- Cataluña
- Comunidad Foral de Navarra
- Comunidad Valenciana
- Comunidad de Madrid
- Extremadura

Elección de las provincias o comunidades o el mercado español entero

Mapa | Regiones seleccionadas

Su selección aparece en el mapa

* L'exactitude du ciblage géographique n'est pas garantie et peut varier en fonction de différents facteurs dont le niveau de ciblage choisi
<http://searchmarketing.yahoo.es>



15



¿Cómo empezar?

2º Paso: Seleccionar las palabras clave

Segmentación geográfica | **Palabras clave** | Costes y presupuesto | Creación de anuncios | Revisión y activación

2. Seleccionar palabras clave

¿Qué ofrece su negocio? Entre las **palabras clave** que describen los productos y servicios.

Introducción manual de las palabras clave o de una lista más completa

Considere añadir estas palabras clave.:

Palabras clave asociadas	Estimación mensual de búsquedas*	
turismo rural	3.789 - 57.180	Añadir
alojamiento rural	3.789 - 57.180	Añadir
alquiler casa rural	3.789 - 57.180	Añadir
casa turismo rural	309 - 3.788	Añadir
hotel rural	3.789 - 57.180	Añadir
casa rural turismo	309 - 3.788	Añadir
turismo rural agencia	309 - 3.788	Añadir
casa rurales andaluza	309 - 3.788	Añadir
oferta casa rurales	309 - 3.788	Añadir
	57.257 +	Añadir

Le ayudamos a buscar palabras sugiriéndole una lista de palabras que fueron buscadas en nuestra red de socios en el mes pasado; le indicamos también el volumen de búsquedas

Introduzca sus Palabras Clave
 Introduzca hasta 50 palabras clave o expresiones de búsqueda, una por línea

Palabras clave seleccionadas: 3 de 50

- casa rural zaragoza
- casa rural aragon
- casa rural

<http://searchmarketing.yahoo.es>



16



¿Cómo empezar? 2º Paso: Seleccionar las palabras clave

Trucos para seleccionar **palabras de búsqueda relevantes**.
Por ejemplo: casa rural zaragoza

- ✓ Extraer todas las variantes de la marca y la URL
- ✓ Extraer palabras genéricas y específicas
- ✓ Introducir modificadores a las palabras (Ej: "online", "barato", "internet", etc.)
- ✓ Usar verbos de acción, como "comprar", "reservar", etc.
- ✓ Revisar las entradas y búsquedas internas de su Web para aprender cómo buscan sus usuarios su producto y su Web

<http://searchmarketing.yahoo.es>



17



¿Cómo empezar? 3º Paso: Definir su presupuesto y su puja máxima

Segmentación geográfica | Palabras clave | **Costes y presupuesto** | Creación de anuncios | Revisión y activación

3. Definir su presupuesto

¿Cuánto le gustaría gastarse cada día? Defina un límite de presupuesto diario para su cuenta. Después aparecerá una puja recomendada para las palabras clave que también estimaciones de sus impresiones y clics mensuales.

Definición de un presupuesto diario traducido en presupuesto mensual

	Diario	Mensual
Impresiones estimadas	96	2.880
Clics estimados	2	60

Estimación del volumen de impresiones y clics en un mes

1. Límite de presupuesto diario para su cuenta € 3
El presupuesto Mensual Estimado (a 30 días) es **€90,00**

2. Su puja máxima
Teniendo en cuenta sus palabras claves y su límite de gasto diario, la puja máxima que nosotros estimamos le va a reportar más número de clics es €0,51
Use puja recomendada: €0,51 €

Recomendación de la mejor puja para su presupuesto y la lista de palabras previamente elegida

*Por favor, tenga en cuenta que se le podría facturar hasta un 10 % más del límite de presupuesto diario de su cuenta. No obstante, puede optar por la devolución de dinero. El presupuesto diario de la cuenta en un porcentaje superior al 10%. Por favor, las estimaciones de esta página están calculadas usando su puja y sus datos históricos para sus palabras clave. Estas son solamente estimaciones.

<http://searchmarketing.yahoo.es>



18



¿Cómo empezar? 4º Paso: Crear su anuncio

Consejos para redactar su anuncio

Segmentación geográfica | Palabras clave | Costes y presupuesto | Creación de anuncios | Revisión y activación

4. Crear su anuncio

Redacte un anuncio en relación con las palabras clave que acaba de seleccionar y que describa sus productos y servicios. Este anuncio será el que se mostrará a los usuarios, sus clientes potenciales. Una vez haya completado el proceso de suscripción, podrá entrar en su cuenta y crear anuncios adicionales.

Página Ayuda
Escribir un título y una descripción eficaces
Selección de la dirección URL correcta
Glosario de términos

Consejos sobre la redacción de anuncios

Escribir mejores anuncios

- Incluya la palabra clave en el título y la descripción.
- Asegúrese de que tanto el título como la descripción son relevantes para todas las palabras clave.
- Destaque su producto o servicio con respecto a sus competidores (p.e. "tienda oficial" o "entrega gratuita").
- Seleccione una URL de destino que sea diferente a su home page, así dispondrá de una URL más personalizada.
- Si solo presta servicio en un área, especifique en que lugar o lugares (p.e. "Flores en Valencia").
- Asegúrese de que su anuncio cumple con las [Pautas Editoriales](#)

Título [?]
Descubra nuestra casa rural en Zaragoza

Descripción [?]
Situada a 30kms de Zaragoza, en un entorno muy tranquilo. Con piscina.

URL [?]
<http://www.test.es>

Vista previa del anuncio
Descubra nuestra casa rural en Zaragoza
Situada a 30kms de Zaragoza, en un entorno muy tranquilo. Con piscina.

Palabras clave [?]
casa rural zaragoza
casa rural castilla
casa rural

Redacción del título, la descripción y elección de la dirección web de su anuncio para toda su lista de palabras

Su lista de palabras clave

<http://searchmarketing.yahoo.es>

19



¿Cómo empezar? 4º Paso: Crear su anuncio

Trucos para crear su anuncio.

- ✓ **Honestidad** - Sea honesto y realista con sus descripciones.

Esto es lo que atrae a sus consumidores. Evite superlativos, pero si realmente es usted el mejor, refiéralo cuando entre el usuario en su Web.

- ✓ **Énfasis** - Cuando le sea posible, incluya la palabra de búsqueda tanto en el título como en la descripción. Y posicione la palabra clave de manera destacada. Esto le garantizará una índice de click un 50 % más alto.

- ✓ **Enlaces profundos** - Conecte una URL directa al contenido relevante para que la experiencia del usuario y su proceso de compra sea más ágil y cómodo.

- ✓ Y más: Incluya promociones especiales y relevantes. Utilice nombres de marcas de fabricantes en las descripciones

- ✓ Para usted: Mayor conversión entre búsquedas y compras
- ✓ Para el internauta: Experiencia satisfactoria que redunde en más visitas en el futuro

<http://searchmarketing.yahoo.es>



20



¿Cómo empezar? 5º Paso: Activar su anuncio y validar

Segmentación geográfica | Palabras clave | Costes y presupuesto | Creación de anuncios | **Revisión y activación**

5. Revisar y activar su anuncio
 ¿Preparado para mostrar su anuncio a los usuarios y sus clientes potenciales? Introduzca su información de cuenta y haga clic en **Activar ahora**. Su anuncio estará activo en breve.

Campaña: Campaña 001 | **Límite de presupuesto diario de la cuenta:** € 200 / día | **Regiones seleccionadas:** 1
Presupuesto Mensual Estimado (a 30 días): € 90,00

Grupo de anuncios: Grupo de Anuncios 001
Palabras clave: 3 | Descubra nuestra casa rural en Zaragoza
Paga máxima: € 0,51 | Situada a 30 kms de Zaragoza, en un entorno muy tranquilo. Con precios www.test.es

***= Campo obligatorio**

Introducir la información de la cuenta

Nombre de usuario:
 Introduzca un nombre de usuario que contenga entre 6 y 10 caracteres. El nombre de usuario puede contener las siguientes combinaciones en cuanto a caracteres: A-Z, a-z, cifras 0-9 y caracteres especiales del tipo "-", "_", "."
Contraseña:
 La contraseña debe tener entre 6 y 32 caracteres, y debe tener al menos un número, una letra mayúscula y una letra minúscula.
Vuelva a confirmar su contraseña:
 Vuelva a confirmar su contraseña.
Dirección de email:
 Vuelva a introducir la dirección de email.
Nombre de la empresa:
****Introduzca el código de seguridad que aparece:**

Activar el anuncio.
 Introduzca su información de facturación para que su anuncio se active en unos minutos. ** Una vez lo hayamos validado. Podrá también acceder a su cuenta para revisar su anuncio o para crear más anuncios.
 **Nota: Este plazo es aproximado y dependerá de varios factores, en particular dependiendo de la naturaleza de las palabras clave que haya seleccionado o de si su anuncio incluye contenido sensible (por ejemplo, marcas o cualquier otro signo distintivo protegido, terminología para adultos, etc.), que pueden requerir un tiempo adicional de revisión y aprobación.

Activar ahora

¿Todavía no está preparado para la activación? Puede guardar todos los datos que ha entrado sobre su campaña y **activar más tarde**.

Resumen de todos los elementos de su cuenta definidos en los 4 pasos precedentes

Introducción de su información de conexión

Ultimo paso para activar su cuenta e introducir sus datos de contacto y bancarios

<http://searchmarketing.yahoo.es>



21



¿Cómo gestionar su cuenta? Acceso a una plataforma 24h

YAHOO! SEARCH MARKETING | **homenaje.panamactest** | **Assistance** | **Aide**
 [Deconnexion, Préférences]

Tableau de bord | Campagnes | Rapports | Administration | Compte administrateur: Panama Test® (1272492)

Rechercher | **Panama Test-fr** | **Créer une campagne**

Alertes: Afficher tout
 Toutes les alertes

Performance | **Synthèse de compte**

Impressions	Clics	Conversiones	Chiffre d'affaires	Coût
82 845	148	0	€0,00	€51,37

Graphique: Clics

Sus alertas

Síntesis de su cuenta y resultados

Campaña	Límite de depósitos programados (€)	Impressions	Tx de clics (%)	Clics	CPC medio (€)	Conversiones indirectas	Conversiones	Chiffre d'affaires (€)	Coût
Small Business	Non défini	20 903	0,38	109	0,35	0	0	0,00	
Volture	300,00	812	1,48	12					
Publicité sur Internet	50,00	52 330	0,05						
Panamactest®	2 000,00	0	0						

Indicadores de la actividad de sus campañas, estado de sus campañas:

Presencia de una "Ayuda" en todas las páginas

Síntesis de su cuenta y resultados

Indicadores de la actividad de sus campañas, estado de sus campañas:

<http://searchmarketing.yahoo.es>



22



Conclusión ...

<http://searchmarketing.yahoo.es>

Cámara
Marketing

23



En lugar de buscar clientes...

¿Qué tal si logramos que ellos nos encuentren?

La Publicidad en Buscadores, una solución:

- ✓ **Potente:**
Su Web aparece en los sitios más visitados de Internet: los buscadores
- ✓ **Eficaz:**
Usted genera tráfico cualificado hacia su Web, pagando solamente por las visitas efectivas
- ✓ **Rentable:**
Puede seguir y optimizar su retorno de inversión en tiempo real
- ✓ **Sencilla y flexible:**
Con una plataforma sencilla, intuitiva, completa y que permite personalizar según sus objetivos



<http://searchmarketing.yahoo.es>

Cámara
Marketing

24



¿Preguntas?

Emilia Jódar Amat
amate@yahoo-inc.com



Cámara
Comercio

25

<http://searchmarketing.yahoo.es>