

ENTREVISTA VÍCTOR RODRÍGUEZ DIRECTOR GENERAL DE PINCHAQUI.ES

# "En Internet es necesario ir más allá de una simple página web para generar negocio"

El marketing online se ha convertido en una herramienta fundamental para todas las empresas a la hora de optimizar sus recursos e incrementar sus ventas y su competitividad. De ello hemos hablado con Víctor Rodríguez, fundador y Director General de Pinchaqui.es, empresa especializada en marketing en Internet.

## ¿Entienden las empresas la importancia del marketing online?

Cada vez más, aunque todavía queda camino por recorrer. Cuando hace unos años se produjo el boom de Internet fueron muchas las empresas que decidieron tener presencia en la red. Muchas de ellas han sabido evolucionar y adaptarse a los cambios del medio, pero otras aún no son conscientes que no basta con "estar en Internet", hay que ir un paso más allá para ser competitivo.

## Y ahí es cuando toca hacer cierta pedagogía...

Exactamente, muchas veces nos toca hacer de evangelizadores para demostrar a las empresas que en Internet hay que tener algo más que una página web si quieras ser capaz de captar clientes. Es fundamental ser proactivo y desarrollar estrategias de marketing online que te ayuden a generar negocio.

## ¿Qué propone Pinchaqui.es?

Básicamente, ayudar a las empresas a identificar las oportunidades que presenta Internet para sus negocios y darles apoyo para implementar estrategias de marketing que les permitan rentabilizarlas. Una estrategia bien desarrollada permite saber de forma quirúrgica e inmediata el

"Pinchaqui.es es una consultora de referencia dentro del marketing en Internet"

retorno de la inversión, podemos conocerlo casi todo: qué visibilidad tiene tu empresa, quién visita tu negocio en la red, qué productos le resultan más interesantes a los usuarios... Si todo está bien planificado, hay campañas que permiten en un plazo de 10 a 15 días ver resultados y evaluar posibles líneas de mejora sobre las acciones desarolladas.

## Algo impensable en medios tradicionales.

Sin duda. Cuando una empresa invierte en una campaña offline o en medios como la televisión, por poner un ejemplo, la inversión es mucho mayor y no permite modificaciones ni adaptaciones posteriores. Además, tampoco sabes qué reacción directa tiene sobre tu cuenta de resultados porque no dispones ni de la información ni de la inmediatez que te ofrece Internet a la hora de analizar los resultados.



## ¿Estos principios sirven para todo tipo de empresas?

Evidentemente sirven para cualquier tipo de empresa. Siempre hay que diseñar los proyectos pensando en las particularidades de cada compañía y en sus necesidades concretas para que los objetivos buscados se alcancen. En nuestro caso, trabajamos tanto con pequeñas empresas que no tienen un departamento de marketing o de comunicación como para grandes compañías que sí lo tienen pero que buscan el apoyo de un equipo especializado en Internet. Por darle un ejemplo, en Pinchaqui.es tenemos clientes que son pequeñas tiendas de barrio y también grandes

compañías como Zardoya Otis o Grupo Porcelanosa, de las que formamos parte de sus proyectos de marketing online a nivel global.

## ¿Cuáles son las claves para el éxito del marketing online?

En primer lugar hay que tener claros los objetivos que se pretenden alcanzar y actuar en consecuencia. En segundo lugar destacaría que en la actualidad existen dos líneas básicas de acción. La primera va orientada a la visibilidad en buscadores, es básico que cuando un usuario haga una búsqueda relacionada con tus productos y/o servicios te encuentre, tienes que dejarte ver. La segunda gran línea, tan o más importante, es la relacionada con las redes sociales, los clientes están en estos canales y están hablando, tenemos que escucharlos. Interactúan en el medio, hablan de nuestros productos, valoran nuestras marcas, muestran sus preferencias, etc., no podemos vivir de espaldas a esta realidad.

## ¿Cuál es la estructura de Pinchaqui.es para cubrir esas necesidades?

Hace cuatro años comencé esta aventura yo solo y poco a poco hemos ido creciendo hasta configurar un equipo multidisciplinar, formado por 15 personas y que se estructura en tres grandes bloques complementarios entre sí. El primero es el de marketing online, el corazón de Pinchaqui.es, que abarca aspectos como los servicios de posicionamiento en Google, e-mail marketing, el diseño de campañas de marketing online o la cada vez más importante gestión de redes sociales. El segundo depar-

"El gran reto para las empresas es aprovechar las oportunidades que presenta internet para sus negocios"

tamento es el tecnológico, que se ocupa de todo tipo de proyectos web, desde los más sencillos hasta los técnicamente más complejos. Por último, la singularidad del medio hace necesaria la presencia de un área de creatividad y diseño. De hecho este departamento ha cobrado vida propia con la creación de Surfinbird.es, la división artística de Pinchaqui.es, un estudio creativo donde la originalidad y creatividad son su principal carta de presentación; En este departamento nos encargamos, fundamentalmente, de cualquier tipo de trabajo basado en el diseño web o gráfico, y adicionalmente, desarrollamos vídeos de animación tanto 2D como 3D.

## ¿Cuáles son los retos de futuro de Pinchaqui.es?

Seguir trabajando para ayudar a que las empresas comprendan que el marketing online es una herramienta muy potente para mejorar su negocio, para captar clientes, y en definitiva, para mejorar la rentabilidad de sus compañías. Con esa idea nació Pinchaqui.es y ese es el camino que queremos seguir recorriendo.

