

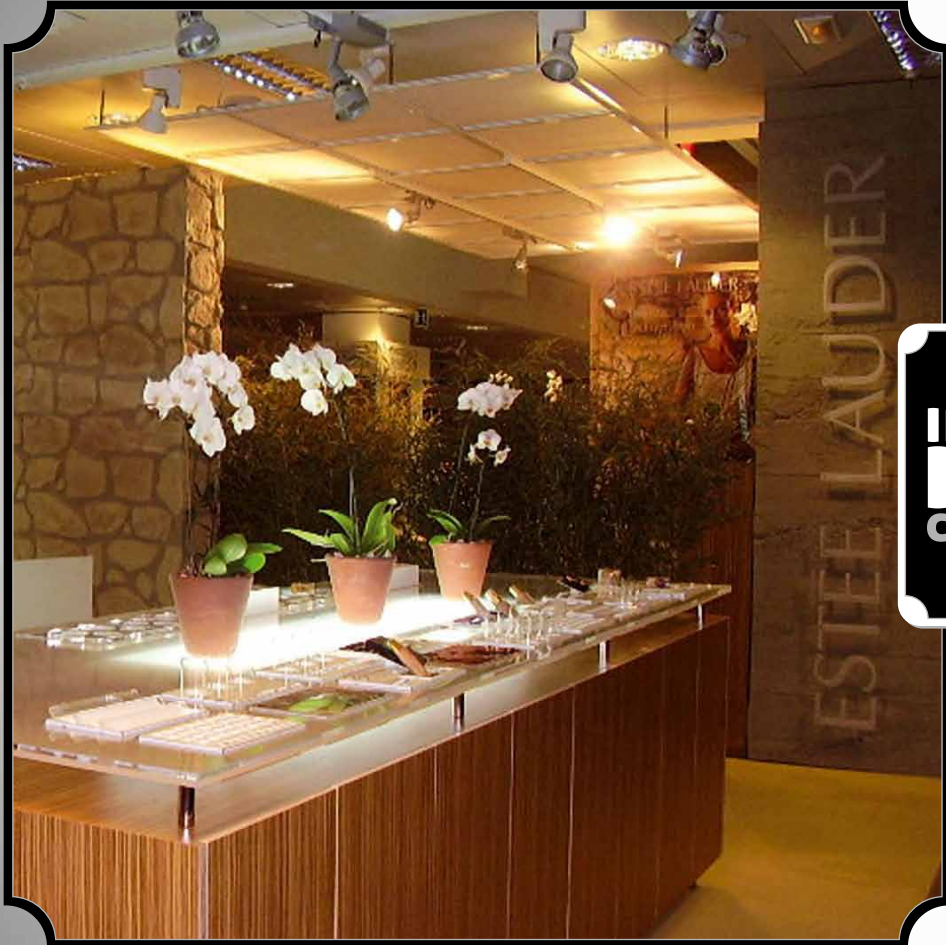


info@neuronaldesign.com | facebook.com/neuronaldesign | neuronaldesign.com



INTERIOR
ISMO
COMERCIAL





INTERIOR
ISMO
COMERCIAL

2





**CORNERS
PERSONALIZADOS**





**CORNERS
PERSONALIZADOS**





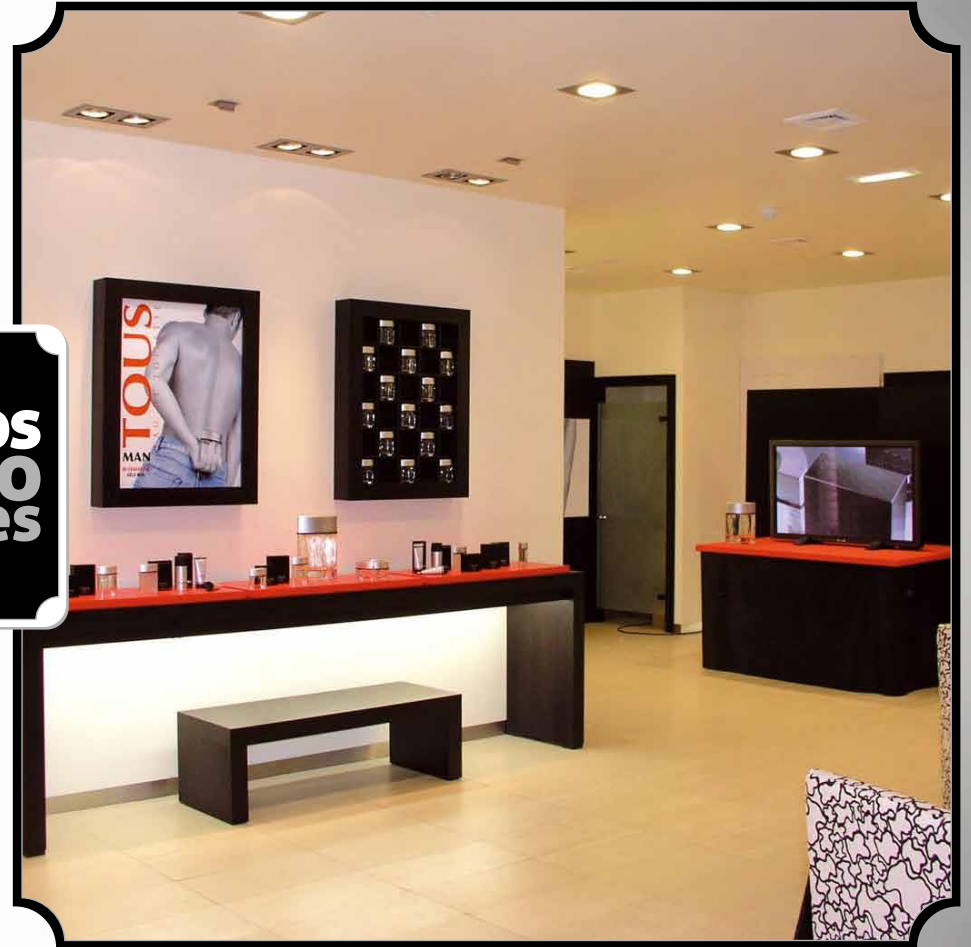
**eventos
PROMO
CIONALES**





**eventos
PROMO
cionales**

2





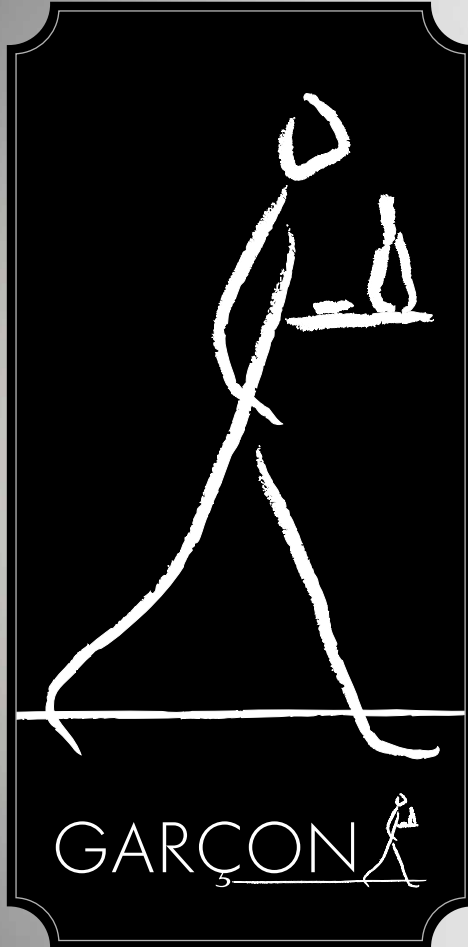
**renders
FERIA**





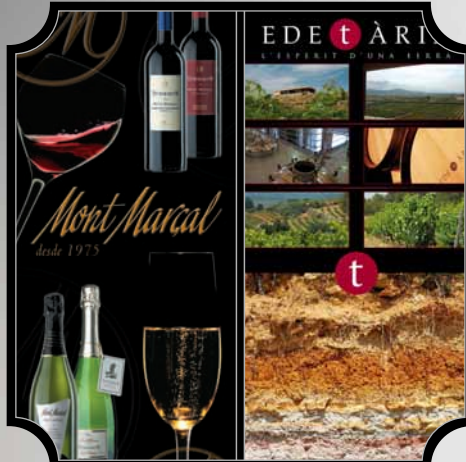
**renders
espais**





**GRAPHIC
DESIGN**





**GRAPHIC
DESIGN**

2





**GRAPHIC
DESIGN
PRODUCTO**





web + community manager



El **Community Manager** es la persona responsable de sostener y acrecentar las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias a la experiencia y el conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes.

«El CM debe ser la voz de la empresa puertas afuera, y la voz del cliente puertas adentro».

Social Media Marketing

El objetivo del cualquier departamento de marketing, es que el mayor número de personas posibles conozcan lo que la organización quiere contar y que, si es posible, lo cuenten a más personas. Ya no es un secreto para nadie que una parte importante del marketing de las empresas se ha trasladado a la red, especialmente a esos espacios revolucionarios en que se han convertido las redes sociales.

Los **medios sociales** son una buena inversión en marketing, por varias razones:

- Juegan con un consumidor activo y productor de contenidos (prosumer)
- Generan lazos emocionales con el consumidor;
- A diferencia de otras acciones publicitarias, son progresivos y exponenciales
- Nuestro contenido tiene que viajar a donde esté la gente. Los websites corporativos pierden audiencia frente a los medios sociales.
- El marketing en medios sociales es bastante más amplio que la publicidad: es publicidad, ventas, atención al cliente, fidelización, comunicación corporativa, desarrollo de producto, investigación de mercados...

Para que?

- * Escuchar a nuestros clientes y aprender con ellos.
- * Innovar para mejorar nuestros productos y servicios.
- * Mejorar nuestro servicio de atención al cliente.
- * Fidelizar a nuestros clientes, con nuevas herramientas de conexión.
- * Mejorar nuestra reputación corporativa.
- * Vender más (directa e indirectamente)
- * Crear una comunidad de "evangelistas", que: Nos prescribe, defienden y escuchan.
- * Llegar a segmentos donde la publicidad tradicional ya no llega.
- * Acercarnos a nuestros empleados: promover y difundir la cultura corporativa.
- * **No ser los últimos. La competencia se mueve rápido.**



