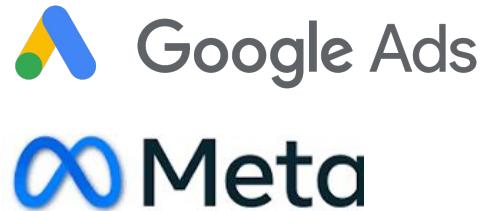




DOMINGO ALONSO

DOMINGO ALONSO
DO. **powersports.**

Campañas en



PUNCH
TODAY
IN THE
FACE.



Ahora te toca escoger: ¿Pastilla roja o azul? ¿Conformidad o ambición? Te lo ponemos fácil

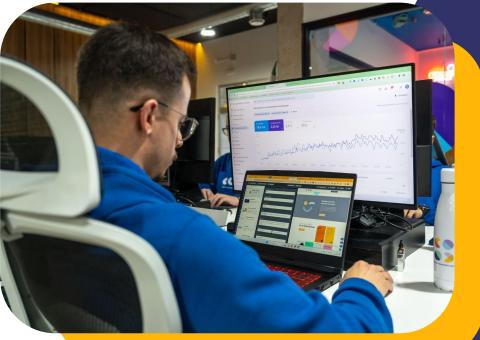
Conformidad:

Inviertes en un departamento confiando que cada perfil te va a salir con actitud y aptitud.

Ambición:

Contratas a una agencia como nosotros, divertida, especializada, transparente, profesional y eficiente por menos de la mitad de lo que te costarían tus recursos internos.

Tú eliges la realidad que quieras vivir.



Y ahora, ¿cómo trabajamos?



01

Nos conocemos

Tú a nosotros y nosotros a ti porque te mola nuestro rollo y a nosotros el tuyo.

Sincronizamos ideas

Sincronizar relojes, alinear pensamientos... la primera piedra de todo gran plan.



02



03

Nos ponemos cara

Que nos veamos aumenta el feeling y la confianza. Personifica consolida relaciones.

Y ahora, ¿cómo trabajamos?

04



Nos lo apruebas

Sabemos que te a gustar la estrategia y en ese momento nos das luz verde para empezar.

06



Diseñamos el plan

Haremos una estrategia enfocada 100% en tus deseos y en nuestro expertise.

05



¡A currar!

Y ahora, ¿cómo trabajamos?



Partido a partido

Paso a paso, golpe a golpe, asalto a asalto. Irás viendo los progresos y todo lo que hemos ido haciendo durante el tiempo que dure tu proyecto.

Feedback

Nos encanta que nos hagan críticas constructivas porque nos ayuda a mejorar.



Resultados transparentes

Cada mes te mandaremos reportes e informes del rendimiento de la estrategia.

GARANTÍA

NOS AVALAN NUESTROS CLIENTES



Las CASAS CANARIAS



G R U P O
M O S H



OBJETIVOS GENERALES

- Mejorar el Lead para asegurar un funnel de alta calidad (***menos cantidad, más conversión***).
- Tratar de que el 100% de los leads tengan un modelo asignado en Salesforce.
- Corregir el ratio de conversión actual (0,2%) mediante el ***Método Ducati***: landings específicas y mejor segmentación.
- Incrementar la notoriedad de la marca y el tráfico cualificado.

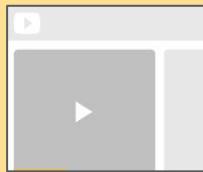
A photograph showing a person's hands typing on a laptop keyboard. The laptop is open and positioned on a light-colored wooden desk. The background is slightly blurred, showing more of the desk and some papers.

Google Ads

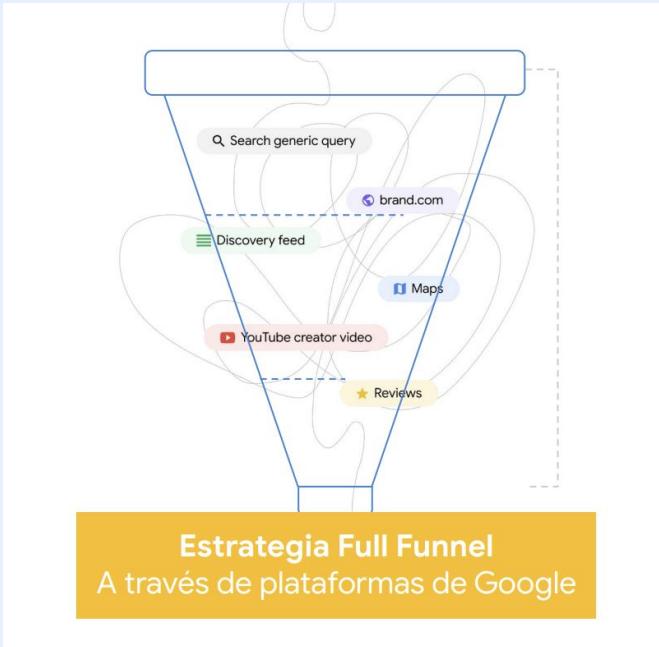


TIPOS DE CAMPAÑAS QUE EXISTEN EN GOOGLE ADS PARA POTENCIAR TU CANAL DIRECTO

- Campañas de búsqueda
- Campañas de máximo rendimiento
- Campañas de display
- Campañas de vídeo
- Campañas smart
- Campañas de generación de demanda

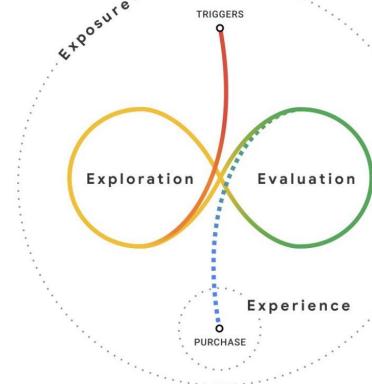


Estrategia Full Funnel



El viaje del consumidor ha cambiado : **Ya no es lineal**

Entre el inicio
del viaje del
consumidor y
la compra
existe un
Messy Middle

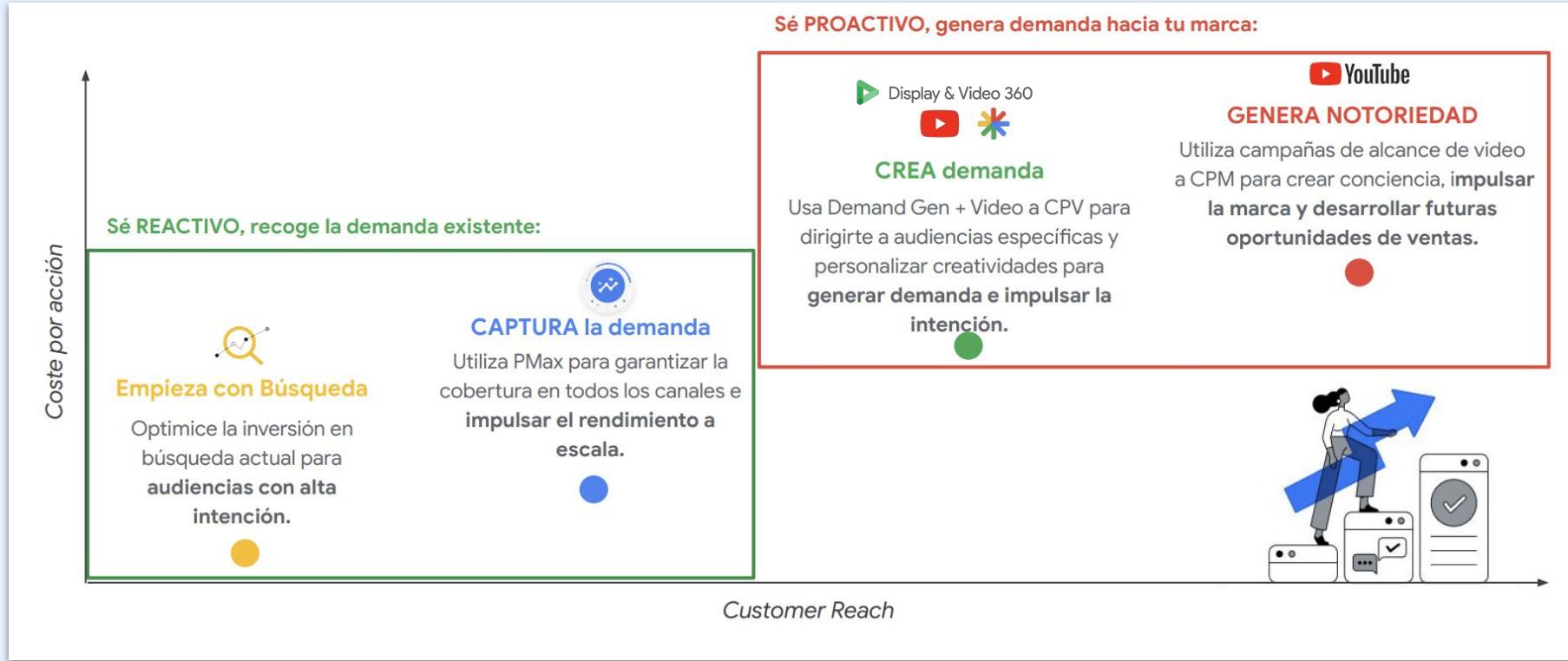


Hasta un 44% de
los consumidores
cambiarán sus
preferencias
por otras marcas
alternativas con
propuestas de valor
similares a lo largo de su
viaje de compra

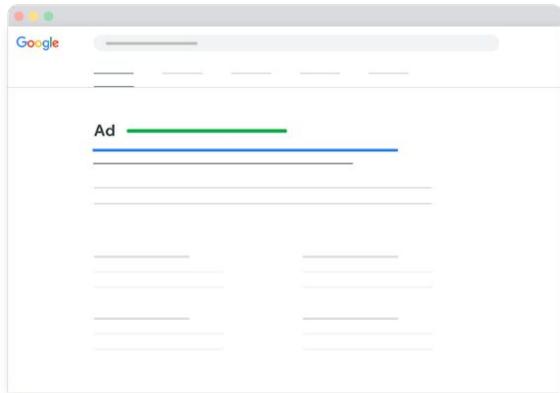
A través de **Google Ads**, podemos llegar a nuestro público objetivo, tanto aquel que busca por un perfume específico como aquel que está valorando otras opciones de competidores.

¿Por dónde empezamos?

Objetivo: Estar presentes en cada etapa del funnel

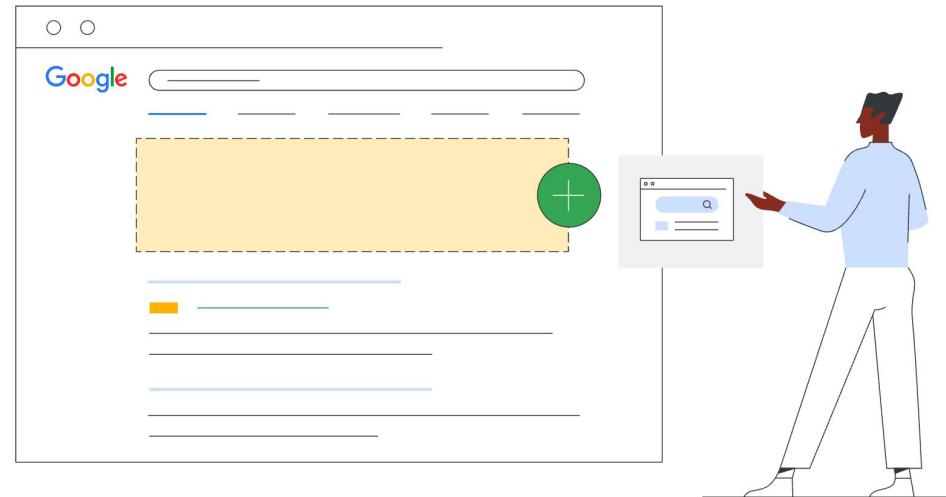


CAMPAÑAS DE RED DE BÚSQUEDA



Los anuncios de este tipo de campaña se pueden mostrar con los resultados de **búsqueda de Google** y en otros sitios web de **búsqueda de partners de Google** cuando tus palabras clave tengan relación con la búsqueda de un usuario:

- **Sitios de búsqueda de Google:** los anuncios se pueden mostrar encima o debajo de los resultados de la Búsqueda de Google.
- **Partners de búsqueda de Google:** los anuncios se pueden mostrar cerca o después de los resultados de búsqueda de los partners de búsqueda de Google, o como parte de una búsqueda relacionada.



CAMPAÑAS DE RED DE BÚSQUEDA

Objetivo: capturar demanda existente al menor CPA posible.

Sea-Doo GTX & Can-Am Ryker

El objetivo es aparecer antes que portales de segunda mano para capturar la intención de compra directa en las búsquedas directas de los modelos..



CAMPAÑAS DE RED DE BÚSQUEDA DINÁMICA

Objetivo: Eliminar la existencia de leads "sin modelo" y maximizar la relevancia del anuncio según la búsqueda específica del usuario.

Cobertura 100% de producto

En lugar de pujar solo por palabras clave manuales, proporcionamos a Google Ads el índice exacto de URLs de modelos 2026.

Google genera dinámicamente el título del anuncio para que coincida exactamente con lo que el usuario busca (ej: "Precio Can-Am Ryker 2026 Tenerife") y lo dirige a la landing de ese modelo concreto.



Estructura de URLs por marca (targeting):

- **Gama Sea-Doo:** URLs de modelos Spark, GTI, GTX, RXT, FishPro, etc.
- **Gama Can-Am On-Road:** URLs de modelos Ryker, Spyder y las nuevas eléctricas Origin y Pulse.
- **Gama Can-Am Off-Road:** URLs de modelos Outlander, Maverick, Traxter y el nuevo **Outlander Electric**. (En caso de querer lanzar campañas para esta gama de modelos).

CAMPAÑAS PARA ACCESORIOS

Objetivo: Mantener la rotación de stock y la notoriedad de la tienda sin comprometer el CPA.

Metodología

- **Cross-Selling en campaña de Máximo Rendimiento:** Inclusión de accesorios clave dentro de los grupos de recursos de las campañas. Vendemos el estilo de vida completo (ej. una Sea-Doo con su equipamiento) sin desviar presupuesto del objetivo principal.
- **Hitos de comunicación:** Foco exclusivo en momentos de alta rotación como:
 - **Rebajas de enero y julio** (Campaña orgánica con apoyo de patrocinio).
 - **YellowDays:** Integración total de la boutique en la gran campaña de marca.

CAMPAÑA DE CAPTACIÓN EN BÚSQUEDAS DE COMPETENCIA

Objetivo: Captar a usuarios que están en fase de evaluación de marcas líderes (Yamaha, Kawasaki, Polaris, CFMOTO) para posicionar a Sea-Doo y Can-Am como la opción superior.

Ataque por Segmento y Modelo Equivalente:

- No pujaremos por términos genéricos de la competencia, sino por modelos específicos que compitan directamente con nuestra gama (ej: "Yamaha Waverunner" vs. **Sea-Doo GTX**).
- Esto garantiza que el usuario tenga una intención de compra real y que podamos ofrecerle una alternativa de producto concreta.

Cualificación del lead (Método Ducati):

- Siguiendo la estrategia de éxito de Ducati, los anuncios no serán genéricos: destacarán una **ventaja competitiva clara** (tecnología iDF, estabilidad, cuota mensual o entrega inmediata) para atraer leads de mayor calidad.

Uso de señales de audiencia:

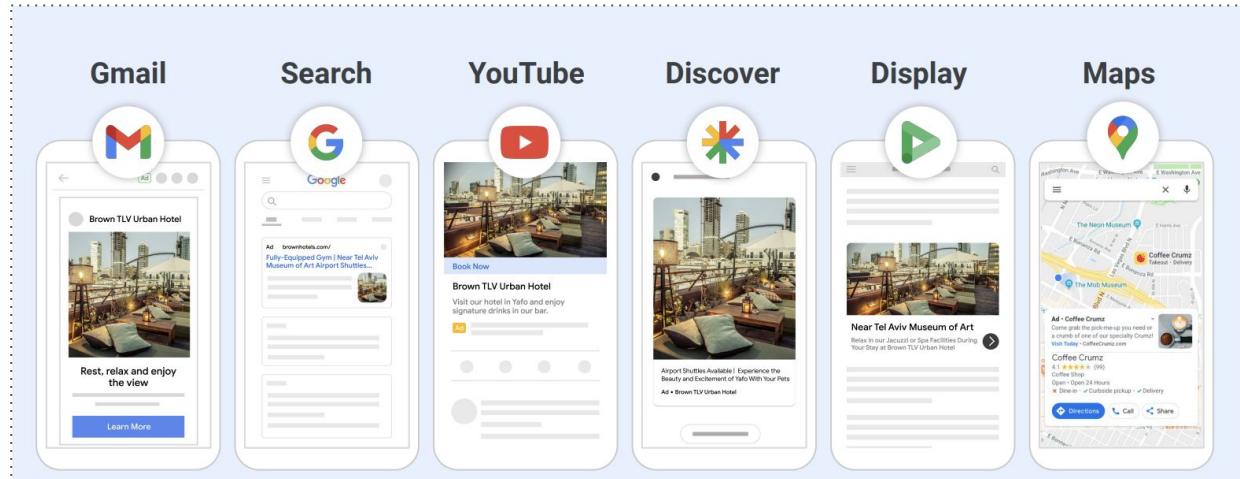
- Optimizaremos la inversión utilizando audiencias personalizadas: configuraremos las campañas introduciendo las páginas de la competencia para que se generen audiencias de públicos similares.

CAMPAÑAS PERFORMANCE MAX

Objetivo: aparecer ante usuarios que ya están mirando modelos aunque no busquen sea-doo directamente.

Las campañas de máximo rendimiento son un tipo de campaña basado en objetivos que permite a los anunciantes centrados en publicidad de rendimiento acceder a todo su inventario de Google Ads desde una sola campaña. Están diseñadas para complementar tus campañas de Búsqueda basadas en palabras clave para ayudarte a encontrar más clientes que generen conversiones en todos los canales de Google, como YouTube, Display, la Búsqueda, Discover, Gmail y Maps.

Las campañas de máximo rendimiento te permiten mejorar el rendimiento en función de los objetivos de conversión especificados y, a la vez, generar más conversiones y valor con la optimización del rendimiento en tiempo real y en todos los canales con las Ofertas inteligentes. Las campañas de máximo rendimiento utilizan la IA de Google en las ofertas, la optimización del presupuesto, los públicos, las creatividades, la atribución y mucho más. Todo esto, en función de tu objetivo publicitario específico (por ejemplo, si tienes un objetivo de CPA o ROAS), así como de los recursos de creatividad, los indicadores de público y los feeds de datos opcionales que proporciones.



CAMPAÑAS DE DISPLAY



Tipos de anuncios de Red de Búsqueda

- Anuncios de texto, anuncios dinámicos de búsqueda, anuncios adaptables de búsqueda y anuncios de solo llamada.
- Anuncios de shopping.
- Anuncios de imagen y de vídeo.

Segmentación posible:

- Usuarios interesados en marcas competidoras (segmentos Google)
- Usuarios leyendo comparativas de coches.
- Usuarios visitando webs de concesionarios competidores.
- Temas tipo: "vehículos eléctricos", "SUV", "automoción", "coches híbridos".

Especialmente para meses de foco (marzo, junio, noviembre).

Las campañas de display publican anuncios visualmente atractivos en la Red de Display de Google. En la Red de Display puedes llegar a los usuarios mientras navegan por millones de sitios web, aplicaciones y propiedades de Google (como YouTube y Gmail).

Como por ejemplo:

EL DÍA
LA OPINIÓN DE TENERIFE

MÁS DEPORTE



DEPORTE CANARIO

El Haris firma la continuidad de la central Lana Radakovic

El Día



DEPORTE CANARIO

Un Heliodoro entregado se tiñe de rojo

Luisfer Cabeza



DEPORTE CANARIO

Montse Tomé: «Sentimos esa conexión con la grada»

El Día



DEPORTE CANARIO

Remontada de España en el Heliodoro y clasificación para la Eurocopa

Julio Ruiz

PUBLICIDAD

TU ANUNCIO AQUÍ

Campañas de YouTube orientadas a Consideración

sea doo vs yamaha

X Q

Yamaha GP1800r SVHO vs Seadoo RXPX 325
18 K visualizaciones • hace 11 meses
Omar Gutierrez
4K

1:03

Motos de agua de segunda mano - Revisadas y con g
Encuentra la moto de agua de ocasión ideal para ti. Garantía y asesoramiento St
Patrocinado · <https://www.styxmotor.com/motosagua/segundamano>



83%

de los encuestados aseguran que, cuando compran o navegan en YouTube, sienten que obtienen información de calidad sobre productos

CAMPAÑAS DE VÍDEO



Las campañas de vídeo te permiten mostrar anuncios en vídeos de YouTube y en sitios web y aplicaciones de partners de vídeo de Google:



YouTube



Partners de video
de la Red de Display



Google TV



In-stream saltable



In-stream no
saltable



Bumper



Video in-feed



Out-stream

Formatos de anuncios

Los formatos de anuncio determinan qué aspecto tienen los anuncios y cómo se comportan ante los usuarios que los ven.

Anuncios in-stream saltables: Se reproducen antes, durante o después de otros videos. Los usuarios pueden omitirlos después de 5 segundos.

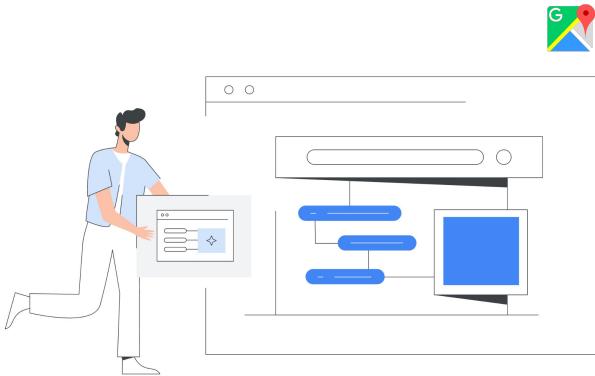
Anuncios in-stream no saltables: Se reproducen antes de un video y tienen una duración máxima de 15 segundos. El usuario no puede omitirlos.

Anuncios bumper: Son videos cortos de 6 segundos como máximo que no se pueden omitir, ideales para aumentar la notoriedad de marca con un mensaje breve y memorable.

Anuncios de video in-feed: Se muestran en los resultados de búsqueda y en la página de inicio de YouTube. Los usuarios pueden hacer clic en la miniatura para ver el video completo.

Anuncios out-stream: Se muestran en sitios web y aplicaciones asociados de Google. Solo están disponibles para dispositivos móviles y tablets. Son ideales para aumentar el alcance de tu marca fuera de YouTube.

CAMPAÑAS SMART



- Recibir más llamadas telefónicas
- Obtén más ventas o suscripciones en tu sitio web
- Recibir más visitas a tu establecimiento ✓
- Consigue más visualizaciones e interacciones en YouTube

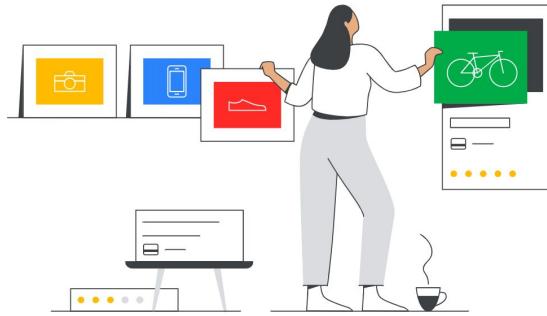
¿Qué son las campañas SMART?

Las campañas SMART son aquellas que permiten mostrar tu empresa automáticamente a los clientes potenciales en Google Maps, YouTube, Gmail y otros sitios web asociados a Google.

Tu anuncio puede mostrarse a clientes potenciales de tu área geográfica que hacen búsquedas con frases relacionadas con tu empresa en Google o en Maps.

Este tipo de campañas deben tener un objetivo concreto como recibir más llamadas, aumentar las ventas en tu sitio web, recibir más visitas al local o conseguir más visualizaciones e interacciones en YouTube.

CAMPAÑAS DE SMART



Para las campañas de shopping, los anuncios usan los datos de producto de Merchant Center que hayas proporcionado, y no las palabras clave, para determinar cómo y cuándo se muestran tus anuncios.

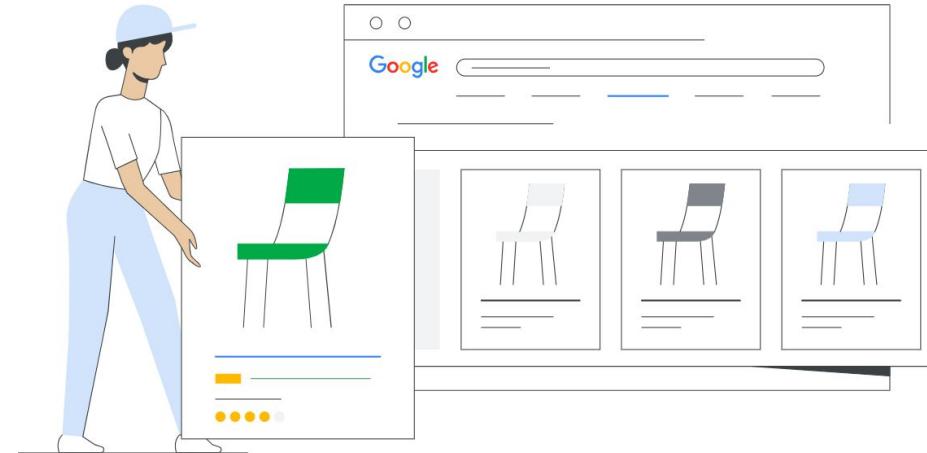
Eos datos contienen los detalles de los productos que ofreces y los usamos para buscar coincidencias entre las búsquedas de un usuario y tus productos para asegurarnos de mostrar los más relevantes.

Diferencias entre las campañas de Máximo rendimiento y las campañas estándar de shopping

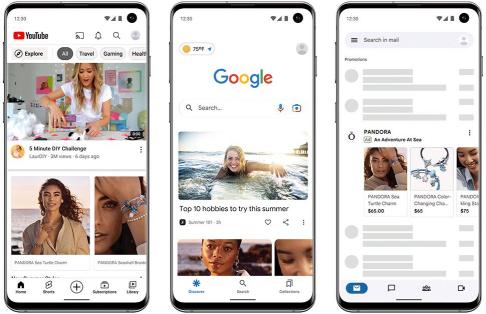
Máximo rendimiento es un tipo de campaña basada en objetivos que te ayuda a encontrar más clientes y a alcanzar tus metas.

Las campañas de máximo rendimiento son ideales para maximizar conversiones o valor de conversión en todos los canales de Google con menos control y menos datos granulares.

Sin embargo, las campañas estándar de shopping, son ideales para promocionar productos específicos.



CAMPAÑAS DE GENERACIÓN DE DEMANDA



Las campañas de generación de demanda te permiten publicar anuncios impactantes en diversos formatos, como videos, imágenes y texto, en las plataformas más populares de Google: **YouTube**, **Discover** y **Gmail**.

Este tipo de campaña son ideales para anunciarse en las redes sociales de Google. Como su propio nombre indica, buscan generar demanda y ofrecer resultados en las plataformas de Google de manera más visual y entretenida.

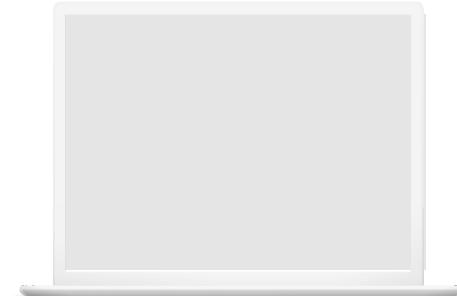
Youtube In-stream: se reproducen antes, durante o después de los videos de YouTube.

Youtube In-feed: se muestran en diferentes ubicaciones dentro de YouTube, como los resultados de búsqueda, la sección "Ver a continuación" y el feed de inicio.

Youtube Short: son videos verticales de corta duración, de hasta 60 segundos, que se muestran en la pestaña Shorts de YouTube.

Discovery: se muestran en diferentes ubicaciones dentro de la Red de Display de Google, como Gmail, YouTube, Discover y la pestaña "Promociones" de Gmail.

Gmail: se muestran en la pestaña "Promociones" de Gmail.



Plan de optimización: Calidad, precisión y conversión

- **Implementación del "filtro de intención" (método Ducati):**
 - Optimización de anuncios para pre-cualificar al usuario mediante la inclusión de precios y cuotas mensuales.
 - Reducción drástica de leads "curiosos" priorizando el tráfico a **landings específicas de modelo** en lugar de formularios genéricos.
- **Gestión inteligente de negativas:**
 - Reducción de términos basura con negativización predictiva mensual para evitar tráfico de "segunda mano", "repuestos" o "alquiler turístico" (si no es el objetivo).
- **Estructura dinámica:**
 - Organización de campañas por **intención de uso** (trabajo, ocio, sport) para Sea-Doo y Can-Am.
- **Señales de Valor en Bidding:**
 - Configuración de señales de conversión basadas en el perfil de comprador real detectado en 2025 (ej. hombres 40-75 años para Can-Am On-Road).

¿Cómo medimos los resultados?



Se hará uso de la **herramienta gratuita Microsoft Clarity** para monitorizar el comportamiento de los usuarios en el sitio web y comprobar si realmente estamos llegando a un público objetivo interesado que destina tiempo a leer el contenido del sitio web o interactuar con esta.

Con la **herramienta de pago de SEMrush** analizaremos qué búsquedas hacen los usuarios para incluirlas en las distintas campañas de Google Ads y lograr el mayor rendimiento posible además de otras opciones

Y, tal y como se ha mencionado en la diapositiva anterior, **Looker Studio** para crear el panel que permitirá medir el resultado de las campañas en tiempo real de manera fácil y sencilla con toda la información relevante.

Looker Studio

Trabajamos con **Looker Studio** para crear un **cuadro de mando** donde se podrá observar en tiempo real:

- **Inversión** realizada desglosada por campaña y grupo de anuncios
- **Clics**
- **Conversiones**
- **Impresiones**
- **CTR** (ratio entre clics e impresiones)
- **CPA** (coste por adquisición)
- **ROI** (retorno de la inversión)
- **Cualquier otra métrica que deseen añadir**

Con toda la información proporcionada en el **dashboard** será posible tener una comunicación más fluida y eficaz que permita llevar a cabo un rendimiento óptimo de las campañas.

También se definirán reuniones quincenales para el seguimiento de las campañas y ajustes necesarios según necesidades, ya sea para generar nuevas campañas, desactivar otras, etc.

Y, de manera mensual, se hace entrega de un informe detallado con todas las acciones realizadas y resultados obtenidos durante el mes vía email.

MARKETING DIGITAL

Presupuesto set up inicial campaña Google Ads en Red de Búsqueda.

CONCEPTO	TIEMPO DE REALIZACIÓN	IMPORTE
<p>Set up inicial:</p> <ul style="list-style-type: none">● Definición de estrategia● Creación y configuración de campañas por marca (4h)<ul style="list-style-type: none">○ Campañas de prospección (incluye configuración y generación de 3 anuncios)○ Campañas de marca (incluye configuración y generación de 3 anuncios)○ Campañas de máximo rendimiento (incluye configuración y generación de 2 grupos de recursos)● Configuración y comprobación de tracking de conversiones (3h)<ul style="list-style-type: none">○ Incluye SETUP de conversiones mejoradas	1 mes	450,00 €
Forma de pago		Pago único inicial

No se encuentra valorada la generación de creatividades o de otros recursos (solamente se incluye la generación de los textos para los anuncios)

RESUMEN MENSUALIDAD SEM

CONCEPTO	IMPORTE	Importe mínimo de gestión (si aplica)
Importe fijo gestión <u>mensual</u> de campañas en Google: mantenimiento, optimización e informe final mensual. *Inversión hasta 1.500 €	300,00 € / mes	
Inversión entre 1.500 € - 3.000 € al mes	20% de la inversión	300,00 €
Inversión entre 3.001 € - 10.000 € al mes	15% de la inversión	600,00 €
Inversión entre 10.001 € - 15.000 € al mes	10% de la inversión	1.000,00 €
Inversión > 15.000 al mes	3%-8%	1.500,00 €
Total estimativo	Desde 300,00 € / mes	

*No incluye importes de inversión.

*No incluye creatividades que serán presupuestadas aparte.

*Incluye mantenimiento.

+Incluye informe automático de Looker Studio.

* En la configuración del método de pago de Google Ads se establecerá la tarjeta de crédito / débito del cliente o domiciliación bancaria.

Campañas urgentes (plus de urgencia)	IMPORTE
Reducción de nuestros tiempos de respuesta. De 48-72 horas pasaremos a responder y a ejecutar en ese mismo día, siempre y cuando se solicite el servicio antes de las 14.00 h.	150 € / campaña

A photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The laptop is open and positioned diagonally across the frame. The background is a dark, textured wooden surface. A large, solid yellow 'U' shape graphic is overlaid on the left side of the image, partially obscuring the hands and the laptop.

Social Ads



OBJETIVOS PRINCIPALES EN META

FOLLOWERS

Las redes sociales se basan en el compromiso del usuario por lo que **aumentaremos nuestra base de seguidores reales** a los que les interese nuestra marca e interactúen con ella.

ALCANCE

El alcance orgánico en las publicaciones es muy escaso en comparación con el contenido promocionado, por lo que añadiremos un **extra de alcance** con una inversión mensual con el fin de llegar a más personas que conforman nuestro target.

MÉTRICAS SOCIALES

Al conseguir más seguidores reales y aumentar nuestro alcance y visibilidad, se incrementará nuestro valor de marca, que hará que **nos consolidemos como una marca fiable** para nuestros seguidores.

BRANDING

Las empresas pueden llegar a una **audiencia altamente segmentada**, aumentando la visibilidad de su marca y sus productos o servicios. Esto unido a la interacción de los usuarios fomenta la lealtad del cliente, fortaleciendo así el reconocimiento de la marca en las redes sociales.

TRÁFICO

Al dirigirse a audiencias específicas y aprovechar herramientas de segmentación, estos anuncios atraen a usuarios interesados, **impulsando así el tráfico a la web** de la marca.

CONVERSIONES

Una comunidad fiel y bien informada se traduce en conversiones, lo que contribuye directamente al **crecimiento del negocio y al retorno de la inversión** en publicidad en redes sociales.

ENGAGEMENT

El engagement es una métrica que debemos mantenerla lo más alta posible. Esto querrá decir que **nuestra audiencia es fiel a nosotros**, le gusta nuestro contenido y se sienten comprometidos con nuestra marca.

Acciones de Social Ads

Una gestión completa de las redes sociales de tu empresa para que puedas centrarte en tu negocio

1. Setup inicial

Analizamos las características de tu negocio, tus competidores y el sector para orientarte sobre el tipo de campañas óptimas para ti y a qué público deberías dirigirte.

2. Creación de campañas

Nos dirigimos a audiencias específicas con gran precisión. Impactaremos a las personas más propensas a estar interesadas en adquirir vehículos de segunda mano, lo que aumenta las posibilidades de obtener conversiones significativas.

3. Medición y optimización

Analizamos el rendimiento de tus anuncios diariamente. Esta información nos permite optimizar tus campañas en tiempo real, ajustando el presupuesto y la estrategia para obtener mejores resultados.

4. Informes

Realizamos informes mensuales para que estés siempre al tanto de las acciones realizadas y de los KPIs conseguidos. Posteriormente, actuaremos basándonos en las conclusiones extraídas.

Estrategia en Social Ads

Objetivo: Revertir el ratio de conversión del 0,2% priorizando la calidad del lead mediante un filtro de intención real.

Adiós a los formularios nativos: Reduciremos el uso de formularios de Facebook para evitar el "lead curioso" y sin modelo asignado.

Tráfico a landings de producto: Todo el tráfico de conversión se dirigirá a landings específicas por modelo. Esto garantiza que el lead entre en Salesforce con la información del vehículo de interés ya detectada.

Cualificación previa: Inclusión de cuotas mensuales y precios "desde" en el copy del anuncio para filtrar usuarios por capacidad económica antes del clic.

Segmentación avanzada y perfiles de audiencia

Dividiremos la inversión basándonos en los perfiles de comprador real detectados en 2025:

Sea-Doo:

- **Perfil:** Hombres de 18-55 años interesados en náutica, ocio y pesca deportiva.

Can-Am On-Road (Ryker/Spyder):

- **Perfil:** Hombres de 40-75 años interesados en mototurismo y estilo de vida exclusivo.

Can-Am Off-Road (Maverick/Traxter):

- **Perfil:** Mix entre profesionales del sector primario y entusiastas del Off-Road (30-50 años).

Lanzamiento Outlander Electric:

- **Perfil:** Early adopters de tecnología eléctrica y sostenibilidad

De la notoriedad a la venta

Implementaremos una estrategia de **Full Funnel** para acompañar al usuario en su "Messy Middle" de decisión:

1. **Notoriedad (Top of Funnel):** Campañas de video de alto impacto para generar deseo sobre los modelos 2026 y el nuevo **Outlander Electric**.
2. **Consideración (Middle of Funnel):** Formatos de **colección** y carruseles que muestren la versatilidad de la gama (Ocio, Trabajo, Sport).
3. **Conversión (Bottom of Funnel):** Retargeting dinámico a usuarios que han configurado un modelo en la web o visitado landings específicas, ofreciendo pruebas de producto o **ventajas de financiación**.

Plan de activación y estacionalidad

La inversión se adaptará a los picos de demanda y al plan de comunicación 2026:

- **Campañas relevantes:** Refuerzo presupuestario en **marzo, junio y noviembre**.
- **Eventos y fiestas:** Publicidad local segmentada para la **Feria Náutica TF**, Ferias de Ganado (FTV/LNZ) y las rutas de Can-Am.
- **Sinergia orgánica:** Patrocinio puntual de contenidos de la **store** con alto engagement durante rebajas y YellowDays, sin desviar presupuesto de las campañas principales.

SET UP Social ADS

Presupuesto set up inicial para Google Ads

CONCEPTO	TIEMPO DE REALIZACIÓN	IMPORTE
<ul style="list-style-type: none">- Configuración del Business Manager- Comprobación y configuración de los píxeles de METAGeneración de dashboard en Looker Studio para seguimiento de campañas.Implementación de tracking de conversiones (pixel) en la web vía Google Tag Manager.- Creación y configuración de audiencias personalizadas.- Creación y configuración de campañas.	1 mes	450,00 €
Forma de pago		Pago único inicial

No se encuentra valorada la generación de creatividades o de otros recursos (solamente se incluye la generación de los textos para los anuncios)

IMPORTE DE GESTIÓN

Presupuesto de gestión de campañas para publicitarias

CONCEPTO	IMPORTE	Importe mínimo de gestión (si aplica)
Importe fijo, gestión mensual de campañas en META: mantenimiento, optimización e informe final mensual. *Inversión hasta 1.500 €	300,00 € / mes	
Inversión entre 1.500 € - 3.000 € al mes	20% de la inversión	300,00 €
Inversión entre 3.001 € - 10.000 € al mes	15% de la inversión	600,00 €
Inversión entre 10.001 € - 15.000 € al mes	10% de la inversión	1.500,00 €
Inversión > 15.000 al mes	A negociar	
Total estimativo	Desde 300,00 € / mes	

*No incluye importes de inversión.

*No incluye creatividades que serán presupuestadas aparte.

* Incluye una reunión quincenal vía videollamada

FORMA DE PAGO	DETALLE
INVERSIÓN	En la configuración del método de pago de Google Ads se establecerá la tarjeta de crédito / débito o domiciliación bancaria del cliente.
CAMPAÑAS URGENTES (PLUS DE URGENCIA)	Reducción de nuestros tiempos de respuesta. De 48-72 horas pasaremos a responder y a ejecutar en ese mismo día, siempre y cuando se solicite el servicio antes de las 14.00 h por un importe de 150 € / campaña.

Distribución presupuestaria

Febrero: Reservado exclusivamente para la activación y configuración técnica de ambas plataformas (Setups).

Meses push (marzo, junio, noviembre): La inversión en SEM sube a **910 €**, permitiendo pujas más agresivas en modelos clave y mayor cobertura en la red de búsqueda.

Meses valle: SEM mantiene un suelo de **490 €**, suficiente para cubrir las búsquedas de marca y modelos específicos sin perder presencia.

Social Ads: Con una inversión de entre **210 € y 390 €**, el foco debe estar 100% en el **Retargeting** de usuarios que visitaron la web y campañas de "**Demand Gen**" muy segmentadas para los perfiles detectados (18-55 Sea-Doo / 40-75 On-Road).

Destacar antes de los meses de verano Meses push modelos de Sea-Doo y mantener durante todo el año el foco en motos de tres ruedas y motos eléctricas (gama On-Road de Can-Am)

Distribución presupuestaria

Mes	Inversión SEM	Inversión Social Ads	Gestión SEM	Gestión Social Ads	Setups	Total Mensual
Febrero	0€	0€	0€	0€	900€	900€
Marzo (Push)	910€	390€	300€	300€	0€	1.900€
Abril	490€	210€	300€	300€	0€	1.300€
Mayo	490€	210€	300€	300€	0€	1.300€
Junio (Push)	910€	390€	300€	300€	0€	1.900€
Julio	490€	210€	300€	300€	0€	1.300€
Agosto	490€	210€	300€	300€	0€	1.300€
Septiembre	490€	210€	300€	300€	0€	1.300€
Octubre	490€	210€	300€	300€	0€	1.300€
Noviembre (Push)	910€	390€	300€	300€	0€	1.900€
Diciembre	560€	240€	300€	300€	0€	1.400€
TOTAL	6.230€	2.670€	3.000€	3.000€	900€	15.800€

Condiciones del servicio

CONDICIONES	DETALLE
Atención en menos de 72 horas hábiles	Incluido
Reuniones por videollamada o presenciales en nuestra oficina	Reuniones de seguimiento quincenales durante los primeros 3 meses (fase de aprendizaje). <i>(Posteriormente, mensual)</i>
Informe mensual	Incluido
Dashboard General a tiempo real de looker studio para cada marca con métricas SEM y Social Ads (en caso de necesitar un dashboard personalizado se podrá presupuestar de forma independiente)	Incluido
Canal de comunicación	Email
Tiempo mínimo para poder lanzar campaña planificada y/o realizar ajustes (Ejemplo: Efemérides)	6 días hábiles
Para otros idiomas que no sean español, inglés o alemán será necesario subcontratar la traducción o que lo provea el propio cliente.	Precio a consultar
<i>*La opción gratuita será realizarlo con IA, pero no se garantiza que la traducción utilizada sea óptima.</i>	

*Se podrá solicitar puntualmente reunión quincenal en caso de que el técnico de Coco Solution determine su necesidad. En caso contrario, podrá solicitar una mejora del servicio previa valoración, pudiendo ajustarse otros aspectos del servicio o evaluarse económicaamente de forma independiente.

CAMPañAS URGENTES (plus de urgencia)	IMPORTE
Reducción de nuestros tiempos de respuesta. De 48-72 horas pasaremos a responder y a ejecutar en ese mismo día, siempre y cuando se solicite el servicio antes de las 14.00 h.	150,00 € / campaña

CONDICIONES GENERALES

1. Objeto del servicio

El objeto de la presente contratación es la prestación, por parte del Prestador, de un servicio de SETUP SEM y Social ADS, que incluye la creación y configuración inicial de la cuenta publicitaria.

2. Activación y plazos de entrega

- El servicio se activará tras la verificación del pago íntegro y la recepción de toda la información y accesos necesarios por parte del Cliente.
- El plazo de entrega de los informes será de hasta 30 días hábiles desde la confirmación de activación mediante email de onboarding.
- Cualquier ampliación o modificación del alcance del servicio deberá pactarse por escrito y podrá conllevar un ajuste en plazos y honorarios.

3. Obligaciones de las partes

- El Prestador realizará el servicio con la debida diligencia y profesionalidad, conforme a los usos y prácticas del sector.
- El Cliente se compromete a facilitar toda la información y accesos necesarios de forma veraz y en tiempo y forma, y a colaborar activamente durante el proceso.

4. Honorarios y forma de pago

- El importe total del servicio será el acordado en la propuesta y se abonará por adelantado, condición indispensable para la activación del servicio.
- El Prestador emitirá la factura correspondiente conforme a la legislación vigente. Los precios no incluyen impuestos salvo indicación expresa.

CONDICIONES GENERALES

5. Propiedad Intelectual e Industrial

- El Cliente será titular de todos los informes, resultados y documentación generados como consecuencia del servicio contratado.
- El Prestador renuncia expresamente a cualquier derecho de propiedad intelectual o industrial sobre dichos resultados, salvo sobre herramientas propias preexistentes (como CMS, software o plantillas), cuyo uso será objeto de negociación específica si fuera necesario.

6. Confidencialidad y protección de datos

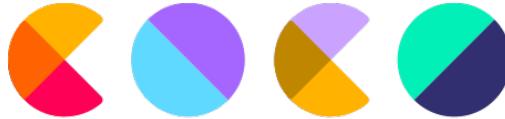
- Ambas partes se comprometen a mantener la confidencialidad de toda la información intercambiada y a cumplir con la normativa vigente en materia de protección de datos personales (RGPD y LOPDGDD).
- El Prestador solo utilizará los datos facilitados para la correcta ejecución del servicio y procederá a su devolución o destrucción al finalizar el contrato, si así lo solicita el Cliente.

7. Forma y horario de prestación del servicio

- El servicio se prestará de lunes a jueves de 09:00 a 16:00 y viernes de 09:00 a 15:00 (hora Islas Canarias (España)).
- Los tiempos de respuesta serán de 2-3 días hábiles para comunicaciones ordinarias. Para incidencias urgentes se habilitará un canal prioritario con respuesta en un máximo de 24 horas.

8. Duración y validez

- La presente propuesta y condiciones serán válidas durante 30 días naturales desde la fecha de emisión.
- El servicio finalizará con la entrega de los informes pactados, salvo que ambas partes acuerden por escrito la prestación de servicios adicionales.



Agencia de Marketing Digital 360°

www.cocosolution.com

M: +34 681048760

| E: customer@cocosolution.com

• Calle Hoya del Enamorado, 111, Local 3
35019 - Las Palmas de Gran Canaria •

