



Analizamos el mercado online

Presentación

En España conviven actualmente 4 sistemas de obtención de datos para la medición y análisis del mercado online:

1. Pannel

Nielsen//NetRatings 

2. Código



Google Analytics



3. Encuesta



4. Toolbar



Netsuus introduce un nuevo concepto de medición **network-centric** que consiste en la medición y análisis de los datos de conectividad.

Network-centric

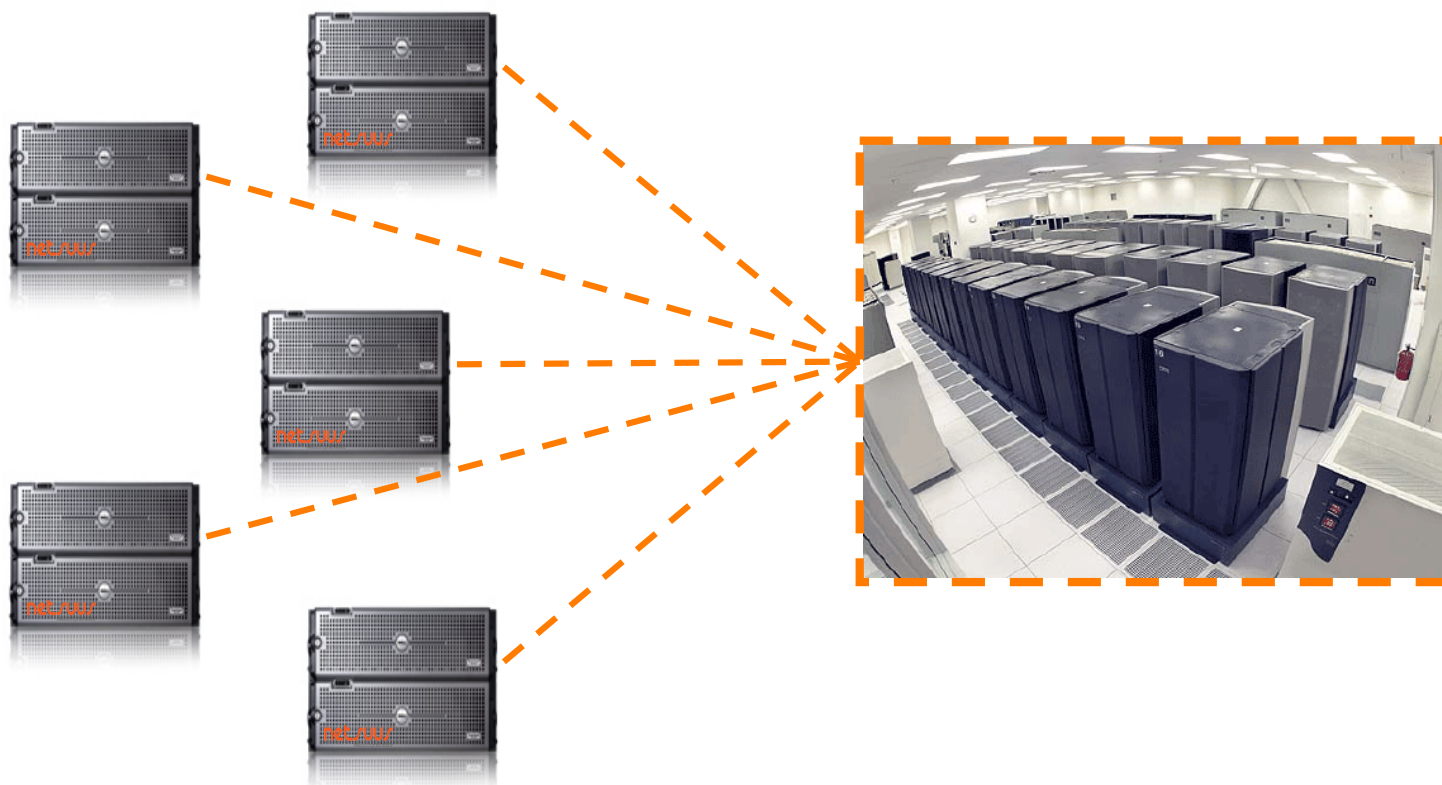


1. Ninguno de los sistemas actuales ofrece una solución **completa y fiable** de análisis de mercado online en España.
2. Netsuus ofrece una **alternativa única** en el mercado español y basada en el sistema de análisis de tráfico ATAS.
3. El sistema ATAS se basa en la captación de los **datos de tráfico web** en los propios ISP de forma totalmente anónima.

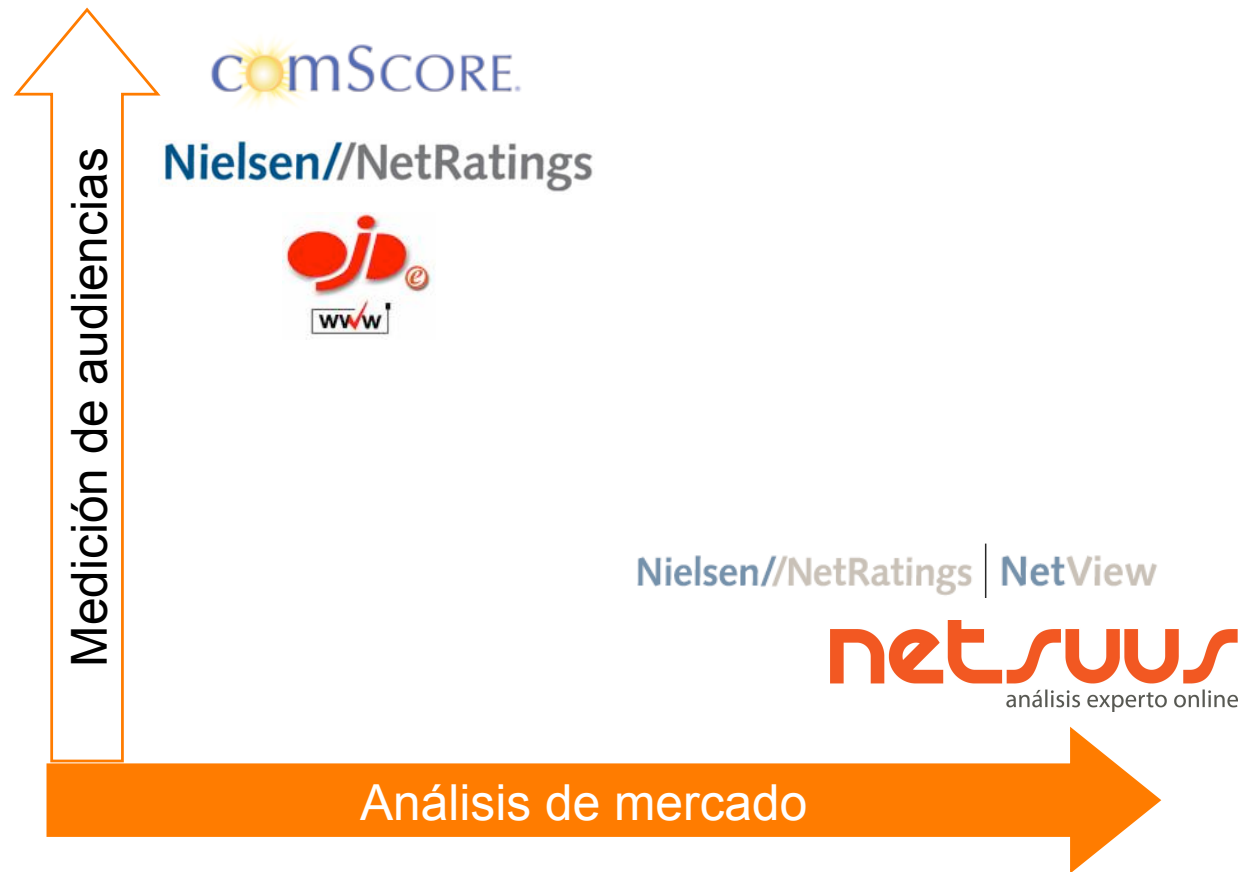


Anonimizamos los datos
para los proveedores de
conectividad

Recogemos y medimos los datos en nuestro Data Center







Análisis de mercado online

Visión global del mercado online en España por sectores y marcas.

Aspectos principales de análisis:

1. Características del sector y su evolución en Internet
2. Principales marcas dentro de la categoría
3. Principales competidores directos
4. Comportamiento de las marcas más competitivas
5. Origen y comportamiento de las visitas
6. Análisis del origen de las visitas del sector

Análisis de competidores online

Visión detallada de la actividad de las marcas online.

Aspectos principales de análisis:

1. Análisis de factores clave por competidores
2. Tamaño y evolución de la competencia online
3. Principales competidores directos
4. Fuentes de adquisición
5. Grado de competencia entre marcas

Palabras clave

Lista de palabras clave dirigen tráfico a un sitio Web o sector online.

Servicio accesible ondemand:

Escribe un dominio o selecciona una categoría y descubre las palabras clave de referencia

o

Ej: [www.netsuus.com](#) ; [.netsuus.com](#) ; [netsuus.com](#) [+info](#)

Buscar palabras clave
[Ver ejemplo](#)

Análisis de palabras clave

Análisis de las campañas en buscadores por sector y marcas.

Aspectos principales de análisis:

1. Búsquedas Orgánicas vs. Enlaces Patrocinados
2. Análisis por palabra clave
3. Análisis de posicionamiento orgánico
4. Análisis de posición enlaces patrocinados
5. Sindicación vs. Buscador



Gracias por su atención

Jaume Clotet

@ jcs@netsuus.com

T 972 414 706