

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès

Compromís d'obra original*

L'ESTUDIANT QUE PRESENTA AQUEST TREBALL DECLARA QUE:

1. Aquest treball és original i no està plagiat, en part o totalment
2. Les fonts han estat convenientment citades i referenciades
3. Aquest treball no s'ha presentat prèviament a aquesta Universitat o d'altres

I perquè així consti, afegeix a aquesta plana el seu nom i cognoms i la signatura:

***Aquest full s'ha d'imprimir i lliurar una còpia en mà al tutor abans la presentació oral**

Resum

L'objectiu principal d'aquest projecte de fi de grau ha estat el de crear i posar en funcionament un pla de comunicació digital per la marca *Frosting Barcelona*, una petita empresa de rebosteria creativa. L'objectiu d'aquest pla és el d'articular la presència de l'empresa a Internet utilitzant totes les eines disponibles actualment, com són les pàgines web, blogs i xarxes socials, entre d'altres. Així, les metes marcades abans de començar eren elaborar una pàgina web i fer-ne difusió a partir de xarxes socials i d'un blog.

La metodologia de treball s'ha dividit en tres etapes cronològiques, totes adequadament documentades en aquest document. En primer lloc, s'ha realitzat una aproximació al sector de l'empresa, una proposta de valor, i una idea de model de negoci. També hem fet una selecció dels competidors amb característiques similars, i un posterior benchmarking observant i comparant diferents aspectes comuns entre tots, incloent-hi un estudi de les xarxes socials. Per últim, s'ha definit el públic objectiu, aconseguint així una visió global de la situació real i de les oportunitats de l'empresa dins el sector.

A partir de l'analitzat, s'ha procedit a realitzar la concreció de la proposta de projecte. També s'ha presentat un petit pla de xarxes socials, l'estratègia SEO, i, pensant ja en el disseny del lloc web, un primer esbós del mapa web. En tercer lloc es presenta l'evolució del disseny de la web i la posada en marxa de la mateixa, juntament amb les xarxes socials.

Planificació, creació i posada en funcionament d'un pla de comunicació digital per a Frosting Barcelona

Clàudia Viguera Bohigas

Tutor: Òscar Coromina

Treball de Fi de Grau de Periodisme - UAB, 2014





Índex

0. Introducció.....	2
1. Bloc 1.....	3
1.1. Descripció del producte i proposta de valor.....	3
1.2. Model de negoci.....	4
1.3. Competidors.....	6
1.3.1. Descripció de l'entorn.....	6
1.3.2. Benchmarking.....	8
1.3.2.1. Conclusions de les taules.....	21
1.4. Definició del públic objectiu.....	23
2. Bloc.....	25
2.1. Concreció de la proposta.....	25
2.2. Pla de xarxes socials.....	25
2.3. Estratègia SEO.....	32
2.3.1. Estratègia SEO dels competidors.....	33
2.3.2. Estratègia SEO de Frosting Barcelona.....	35
2.4. Arquitectura de continguts.....	39
3. Bloc 3.....	40
3.1. Disseny i publicació.....	40
3.1.1. Elecció del tema.....	40
3.1.2. Adaptació del tema i publicació.....	40
3.2. Xarxes socials.....	46
4. Annexos.....	49



0. Introducció

L'objectiu principal d'aquest projecte de fi de grau ha estat el de crear un pla de comunicació digital per la marca *Frosting Barcelona*, una petita empresa que elabora rebosteria creativa personalitzada. L'objectiu d'aquest pla és el d'articular la presència de l'empresa a Internet utilitzant totes les eines disponibles actualment, com són les pàgines web, blogs i xarxes socials, entre d'altres. Així, les metes marcades abans de començar eren elaborar una pàgina web i fer-ne difusió a partir de xarxes socials i d'un blog.

A mesura que s'avanci en la memòria del projecte s'anirà veient l'evolució que hem anat fent al llarg d'aquests mesos. El document recull, per ordre cronològic, els passos que hem anat seguint per tal assolir l'objectiu final.

La metodologia de treball s'ha dividit en tres etapes que han quedat reflectides en aquest document. El primer bloc correspon a una primera aproximació al sector, amb una descripció del producte i una idea de model de negoci, utilitzant el model Canvas, un instrument que facilita comprendre i treballar amb el model de negoci des d'un punt de vista integrat que entén l'empresa com un tot. També hem fet una selecció i anàlisi dels competidors amb característiques similars, observant i comparant diferents aspectes, com ara els productes que ofereixen, de quines formes de contacte disposen, si tenen domini propi, o si ofereixen la possibilitat de fer una comanda online, entre d'altres. També hem dedicat un espai d'aquest anàlisi a estudiar les xarxes socials de cada una de les empreses. Per últim, hem definit el públic objectiu i hem elaborat un mapa d'empatia -eina que s'empra per tenir una idea senzilla i ràpida per caracteritzar l'usuari potencial-. Aquest primer bloc ens ha permès fer un primer cop d'ull i veure la situació real i les oportunitats de *Frosting Barcelona* dins el sector.

El segon bloc correspon a la concreció de la proposta de projecte a partir de l'analitzat anteriorment. També presentem un petit pla de xarxes socials, l'estratègia SEO, i, pensant ja en el disseny del lloc web, un primer esbós del mapa web.

Al tercer bloc presentem l'evolució del disseny de la web i la posada en marxa de la mateixa, juntament amb les xarxes socials.



1. Bloc 1

1.1. Descripció del producte i proposta de valor

Frosting Barcelona és una botiga online de productes de rebosteria creativa totalment personalitzats. Funciona a partir dels encàrrecs dels clients, que poden escollir quin tipus de dolç desitgen, quina decoració volen, i fins i tot quin gust prefereixen. La idea és que el propi client sigui l'autor dels dolços que finalment es menjarà.

Disposa d'una gran varietat de productes, com ara pastissos, cupcakes, cakepops, galetes, macarons i postres amb got, sempre tots fets a mida per cada client. Així, els productes que oferim han estat fets d'una forma totalment artesanal, sense additius ni conservants. Es treballa a l'últim minut perquè els gustos i textures siguin els ideals i els adequats en cada cas.

Pel que fa a la personalització, intentem adaptar-nos al màxim al que proposa el client, sempre que ens sigui possible. Si no és així, busquem i proposem possibles sol·lucions, fins que trobem l'adequada. És per això que tenim una relació molt pròxima amb el client; un aspecte clau durant el temps de disseny del producte, i que ens ajuda a entendre i crear el que realment vol el client. Així, tots els dolços que realitzem són únics, tan per la decoració i el gust, com per la història i paper que tenen.

Els nostres productes es poden adaptar a tot tipus d'esdeveniments i actes. Realitzem dolços per naixements, aniversaris, comunions, bodes, trobades, graduacions, compromisos, entrevistes, presentacions, congressos... Qualsevol moment especial és vàlid per alegrar-lo amb dolços!

El nostre àmbit de distribució és la ciutat de Barcelona, i localitats properes dels seus voltants.



1.2. Model de negoci

Per tal de crear el model de negoci de *Frosting Barcelona*, hem utilitzat el model Canvas, una eina que permet definir la proposta de valor de la nostra empresa respecte els nostres clients, i decidir com el fem arribar als nostres clients, en un senzill esquema de nou elements clau. El mètode de treball es basa en la simplicitat, col·locant les paraules clau de cada casella.

El creador, Alex Osterwalder¹, explica el funcionament de l'eina: "A la pràctica, per dibuixar els nou elements del nostre Canvas partirem d'un segment de clients als quals oferim una proposta de valor diferenciada. Aquest valor el fem arribar als clients a través d'uns canals de comercialització determinats, i aquest intercanvi genera unes relacions, comunicacions o converses amb aquests clients. Com a resultat de l'apropament al mercat definit, l'empresa genera uns ingressos per vendes. A l'altre banda del Canvas col·loquem tot allò que ens cal per generar o produir aquest valor, producte o servei. Per una banda ens caldran uns recursos clau amb els que podrem dur a terme aquelles activitats crítiques que hem de saber per generar el producte o servei. També ens caldran socis estratègics que ens aportaran recursos o activitats clau necessàries per completar el nostre producte. Aquesta part del Canvas genera una estructura de costos que també visualitzem."

L'exercici permet, doncs, entendre de manera ràpida i visual com generem la nostra proposta de valor, com la fem arribar als nostres clients, i quins ingressos i estructura de costos això ens generarà, que definirà la competitivitat i rendibilitat de la nostra empresa.

¹ Alex Osterwalder. 15 febrer 2014. <http://alexosterwalder.com/>

Model Canvas

Dissenyat per:

Clàudia Viguera

Dissenyat per
a:

Frosting

Dia: 23/12/13

Partners Clau

Adrià Malgrat:
propietari de l'
espai i de la cuina
que utilitzo

Maite Bohigas:
propietària del
cotxe per repartir
(si és necessari)

Botigues i tendes
especialitzades
com a proveïdors
d'estrís i
ingredients

Activitats clau

Oferir rebosteria
creativa
personalitzada per
cada client i cada
ocasió.

Actualitzar la
web i les
xarxes per
estar presents
en el sector

Recursos clau

Recursos físics:
ingredients,
materials i estris

Recursos humans:
temps necessari
per la realització
dels encàrrecs

Recursos financers:
inversió inicial en
estrís i domini

Proposta de valor

Productes totalment
personalitzats i
artesanals.
Productes únics.

Possibilitat del client
d'escollir el
gust/gustos i
decoració/disseny.

Gran varietat de
productes: cupcakes,
pastissos, cakepops,
galetes, macarons,
postres amb got...

Oberts a noves
proposades i idees del
client

Relació amb els clients

Possibilitat del client de
contactar amb nosaltres per
qualsevol dubte, i per fer la
comanda, tant online com
telefònicament

Relació amb el client
propera i constant, per
entendre i crear el que
realment vol el client

Canals de comunicació i distribució

- Informació/consciència: a través de xarxes socials
- Contacte i seguiment: a través de telèfon o correu electrònic
- Entrega: a domicili o recollit
- Postventa: a través de correu electrònic, feedback amb el client per conèixer com ha anat

Segment de clients

Persones joves,
residents de
Barcelona o dels
voltants.

Que valorin els
productes de
proximitat i
artesanals.

Persones que es
decaten per productes
exclusius i diferents,
disposats a pagar una
mica més per aquest
tipus de productes

Estructura de costos

Cost fixe: Domini
web

Costos variables:
ingredients,
maquinaria,
materials i estris

Cost variable:
entrega a domicili
(si el client ho vol)

Ingressos

Venda de
productes



1.3. Competidors

1.3.1. Descripció de l'entorn

En els últims anys han anat apareixent a Barcelona varies pastisseries de rebosteria creativa. Algunes de les més conegudes són *Florentine* o *Cup&Cake*. Tot i així, a banda de botigues físiques, han aparegut també varies tendes online amb la mateixa idea que *Frosting Barcelona*.

Per tal de fer un anàlisi de l'entorn hem volgut veure què fan i què ofereixen, i així conèixer millor la competència.

Hem seleccionat nou empreses com a competidors. Per escollir-les, hem seguit tres criteris principals: que operin únicament online, és a dir, que no disposin de botiga física; que siguin de Barcelona; i que tinguin un model de negoci semblant a *Frosting Barcelona*. Un cop seleccionades, ens hem fixat, bàsicament, en quin tipus de producte ofereixen:

- *Bake and Fun*



Ofereixen galetes decorades, magdalenes, cupcakes i torres de cupcakes.

En ocasions especials -com ara Nadal Halloween, Sant Valentí, Sant Jordi, etc- elaboren i posen a la venda packs de 12 galetes.

Pel que fa als cupcakes, ofereixen vuit gustos per la massa i set gustos pel *Frosting Barcelona*, perquè el client esculli i faci les combinacions que més li agradin.

A més a més, la majoria dels seus productes es poden adaptar per al consum de persones diabètiques, celiaques, intolerants a la lactosa o a alguna al·lèrgia en particular. També preparen tots els seus productes en format vegà.

- *Barcelona Cakes*



Ofereixen pastissos (tant de boda com de celebracions), cupcakes i galetes. Tots els productes són personalitzables decorativament, però pel que fa als gustos ofereixen una llista de sabors tancada. A banda d'aquests productes que el client pot crear al seu gust, ofereixen una línia de pastissos per a nens ja dissenyats -tant a nivell de decoració com de gustos-.



CARLOTA'S

• *Carlota's*

Es dediquen bàsicament a les galetes decorades. Així, les ofereixen en diferents formats:

- Galetes personalitzades: el client té l'opció d'encarregar galetes totalment personalitzades, escollint la decoració i els gustos.
- Packs regal: packs temàtics de 3, 6 o 12 galetes ja decorades. Per exemple, "Pack Final de Curs", "Pack Boda", "Pack Carnet de Conduir", "Pack Nadal"...així fins a 50 de diferents.
- Packs empresa: disposen de caixes de 1 o 3 galetes per als regals d'empresa. A banda de les que ells proposen, també donen la opció de personalitzar la galeta amb el logo de la pròpia empresa.
- Carlota's Cards: caixes amb una galeta gran que porta escrit un missatge. Proposen 20 missatges, com ara "Lo Siento", "¡Feliz Año!", "¿Nos casamos?". Tot i així, el client pot proposar la seva pròpia frase.

Com a novetat han afegit als seus productes pastissos decorats.

~Larkin's Bakery~

• *Larkin's Bakery*

Ofereixen gran quantitat de productes diferents: pans de pessic de diferents sabors, brownies, galetes, muffins, cupcakes, pastissos clàssics i pastissos amb fondant, crostates, figures de sucre en 3D... Tots els seus productes tenen una detallada carta de sabors. També ofereixen la possibilitat de fer-los per persones intolerants a la lactosa, al gluten, o vegans.

**PASTELES
BARCELONA**

• *Pasteles Barcelona*

El que ofereix *Pasteles Barcelona* funciona al revés de la resta de botigues online analitzades fins al moment. Ells posen a la disposició del client pastissos ja decorats amb temàtiques molt variades i per ocasions molt diferents. A partir d'aquí, el client escull quin pastís vol, i el que pot personalitzar és el gust que tindrà.



- *Petite Cerise Bakery*

Realitzen tot tipus de dolços per encàrrec: cupcakes, pastissos, galetes decorades, marcarons..

- *Ponquecitos and Cakes*



Ofereixen pastissos artesanals, cupcakes i galetes decorades per tot tipus d'esdeveniments o festes.



- *Switis*

Es dediquen bàsicament als pastissos decorats personalitzats. Tot i així, també fan complements pels pastissos com ara galetes o cupcakes.

- *Tartópolis*



Ofereixen pastissos creatius, cupcakes, rebosteria tradicional i rebosteria eròtica. Pel que fa a les decoracions, tots els productes es poden personalitzar segons les preferències del client. En el cas dels gustos, ofereixen una llista tancada d'ingredients perquè el client faci les combinacions que més li agradin.

1.3.2. Benchmarking

Per tal de fer-nos una idea més precisa de cada un dels competidors esmentats anteriorment, vam procedir a fer un anàlisi exhaustiu de cada un d'ells. Prèviament, vam elaborar un llistat dels ítems que consideràvem importants a l'hora d'estudiar les altres empreses. Aquests es divideixen en quatre grans blocs: tipus de plataforma, productes, contacte i serveis, i xarxes socials.



Taula 1 - Tipus de plataforma

- Web professional?
- Domini propi?
- Tenen blog?
- (Si tenen blog) Quins continguts pengem?

Taula 2 - Productes

- Quins productes ofereixen? N'hi ha algun que sigui principal o que hi estiguin especialitzats?
- Posen els preus? Quins són?
- Gustos: llista tancada o oberta?

Taula 3 - Contacte i serveis

- Possibilitat de fer la compra/comanda online?
- Quines formes de contacte ofereixen?
- Ofereixen classes/cursos/tallers?

Taula 4 - Xarxes socials

- Facebook
 - N° de seguidors
 - Quins continguts publiquen?
- Twitter
 - N° de seguidors
 - Quins continguts publiquen?
- Canal de Youtube
 - N° de seguidors
 - Quins continguts publiquen?
- Altres xarxes: Pinterest, Instagram



Taula 1 - Tipus de plataforma

	Web professional	Domini propi	Blog	Continguts del blog
Bake and Fun			Blog amb domini blogspot.	Receptes, tutorials pas a pas amb fotografies i explicacions, manualitats relacionades amb la rebosteria, trucs i idees.
Barcelona Cakes				
Carlota's			Blog amb domini blogspot.	Anuncien els pròxims cursos que realitzaran, publiquen notícies (per exemple, a les fires que van), reculls de botigues i locals de rebosteria a diferents ciutats, fotografies dels productes nous que ofereixen.
Larkin's Bakery				
Pasteles Barcelona				
Petite Cerise Bakery			No tenen web professional, el blog fa les dues funcions. Domini blogspot.	Cada entrada del blog correspon a un pastís fet per encàrrec. Així, a cada post penen fotos del resultat final del pastís, i expliquen molt per sobre com l'han fet.
Ponquecitos and Cakes			No tenen web professional, el blog fa les dues funcions.	Tenen el blog dividit en dos apartats on penen continguts. En un, bàsicament anuncien els cursos que realitzaran i publiquen notícies. A l'altre, a més a més, publiquen receptes i trucs.
Switis			Blog amb domini blogspot.	Cada entrada del blog correspon a un pastís fet per encàrrec. Així, a cada post penen fotos del resultat final del pastís.
Tartopolis				



Taula 1 - Tipus de plataforma

A partir dels resultats de la taula 1, podem concloure que la majoria d'empreses competidores disposen d'una web amb unes característiques que li atorguen una aparença professional, com serien un disseny adequat, un bon funcionament, l'actualització constant dels productes i dels continguts, i un domini propi. D'altra banda, veiem que sis de les nou empreses estudiades disposen d'un blog, en general amb un domini de Blogger o Wordpress diferent del de la web. En aquest cas, els blogs ajuden a aconseguir més tràfic cap al lloc web principal.

Tenint en compte els continguts publicats, hem diferenciat tres estils o tipologies de blog. Una d'elles l'hem anomenat blog receptari, en general es publiquen, tutorials i trucs relacionats amb la rebosteria. D'altra banda, ens hem trobat amb alguns casos en els que el blog actua com a mostrador dels treballs i projectes fets. És a dir, cada entrada del blog correspon a un dolç -ja siguin pastissos, cupcakes o altres- fets per encàrrec. El post es compon de fotografies del resultat final, i una petita explicació de com s'ha elaborat el dolç i per a qui anava dirigit. Per últim, ens hem trobat amb un cas en que utilitzen el blog com a plataforma de difusió de diferents aspectes, com ara els pròxims cursos i tallers que es realitzaran, l'arribada de productes nous, pròximes fires i esdeveniments, etc.



Taula 2 - Productes

	Productes	Preus	Gustos
Bake and Fun	Galetes decorades, cupcakes, magdalenes i muffins. Pastissos només per a taules dolces de bodes.		 Llista tancada de gustos de tots els productes.
Barcelona Cakes	El producte principal són pastissos. També ofereixen cupcakes i galetes decorades.	 Només posen els preus dels pastissos per a nens, ja dissenyats. Preu: 50 €	 Llista tancada de gustos de tots els productes.
Carlota's	El producte principal són les galetes decorades. També ofereixen pastissos.	 Només posen preu a les galetes. Cada unitat 3,30€. Els packs ja fets tenen diferents preus (des de 15€ fins a 49€).	
Larkin's Bakery	Pans de pessic, brownies, galetes decorades i normals, muffins, cupcakes, pastissos, i dolços variats, com ara trufes.	 Disposen d'una llista de preus per cada producte, depenent dels gustos. Els pans de pessic van de 13 a 15€, els brownies de 16 a 18€, les galetes uns 8€, els muffins 15€. Per altra banda, els cupcakes valen 2,5€ la unitat, els pastissos de 18 a 25€, i els pastissos decorats 2,5€ la ració.	 Llista tancada de gustos de tots els productes.
Pasteles Barcelona	El producte principal són els pastissos de tot tipus. Tot i així, també ofereixen bombons, "bollería", rebosteria clàssica, torrons, galetes i mones.	 Cada producte té el seu preu. Més o menys, els pastissos oscil·len entre els 35 i els 70€.	 Llista tancada de gustos de tots els productes.



	Productes	Preus	Gustos
Petite Cerise Bakery	Ofereixen pastissos, cupcakes, cakepops, galetes decorades i macarons.	×	×
Ponquecitos and Cakes	Ofereixen pastissos, cupcakes i galetes decorades.	×	×
Switis	Ofereixen pastissos, cupcakes, cakepops i galetes decorades.	×	×
Tartopolis	Ofereixen pastissos, cupcakes, rebosteria tradicional i rebosteria eròtica.	×	×



Taula 2 - Productes

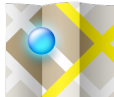
Després d'analitzar el tipus de productes de cada una de les empreses competidores, veiem totes elles coincideixen en l'oferta de pastissos decorats, cupcakes, i galetes decorades. Com a productes menys oferts trobem cakepops, bombons, mones, brownies i muffins, que només els trobem en una de les empreses estudiades. També observem que algunes d'elles s'especialitzen en un producte, el principal, i com a secundaris n'ofereixen altres.

Pel que fa als preus, veiem una tendència a no especificar els preus de cap dels productes. En quatre de les nou empreses estudiades trobem alguna referència o preu aproximat, i només en dues disposem d'una llista completa on s'especifica cada preu.

Fixant-nos amb els gustos, hem pogut observar dues fórmules diferents. Per una banda, algunes empreses proposen una llista tancada de sabors per a tots els productes que ofereixen, deixant poc marge d'elecció al client. Com a cas contrari, altres no especifiquen cap gust, donant màxima llibertat de personalització. Com a molt aconsellen o destaquen els sabors amb més èxit, però deixant que el client esculli el desitjat.



Taula 3 - Contacte i serveis

	Comanda/compra online	Formes de contacte	Altres serveis
Bake and Fun	 A través de correu electrònic.	    	- Impressions personalitzades en paper comestible. - Botiga online d'eines, utensilis i ingredients.
Barcelona Cakes	 A través d'un formulari.	    	
Carlota's	 A través de botiga online (cistella de compra).	    	- Cursos
Larkin's Bakery		    	- Cursos
Pasteles Barcelona	 A través de botiga online (cistella de compra).	    	
Petite Cerise Bakery		    	- Baking at home (cursos a domicili).



	Comanda/compra online	Formes de contacte	Altres serveis
Ponquecitos and Cakes		    	- Cursos
Switis	 A través d'un formulari.	    	
Tartopolis	 A través d'un formulari.	    	



Taula 3 - Contacte i serveis

A partir dels resultats de la taula 3, hem observat que la majoria dels webs ofereixen la possibilitat de fer la comanda online. Tot i així, hem diferenciat dos sistemes per fer-ho. Per una banda, algunes webs disposen d'un sistema d'e-commerce, que permet als clients seleccionar un producte, col·locar-lo a la 'cistella de la compra', pagar-lo mitjançant targeta de crèdit, i rebre'l a domicili al cap d'uns dies. L'altra opció, més senzilla, es basa en inserir a la web un formulari de contacte, on el client explica el que vol, i l'empresa rep la informació mitjançant correu electrònic. Aquest sistema és més lent, ja que l'empresa ha de contestar el correu i posar-se en contacte amb el client per tal de formular el pagament i l'entrega de la comanda.

Per altra banda, al fixar-nos en les formes de contacte que ofereix cada empresa, hem vist que pràcticament totes posen a disposició del client un telèfon i un correu electrònic. Ens ha cridat l'atenció que, les que afegeixen un formulari de contacte, no mostren el correu electrònic. D'altra banda, al tractar-se de botigues online, només una posa com a forma de contacte una direcció física. Com a forma de contacte, ens ha sobtat trobar que una de les empreses ofereix l'opció de fer una videotrucada a través d'Skype.

Pel que fa a l'oferta d'altres serveis, hem vist que la majoria ofereixen cursos i tallers perquè els clients aprenguin a fer dolços a casa.



Taula 4 - Xarxes socials

	Xarxes socials	Facebook	Twitter	Youtube	Altres
Bake and Fun	    	Seguidors: 1327 Continguts: basicament fotos de tots els productes que van fent, i també notícies. A banda, comparteixen continguts d'altres pàgines de rebosteria.			
Barcelona Cakes	    	Seguidors: 1075 Continguts: Fotos de tots els productes que van fent.	Seguidors: 184 Tweets: 24 Continguts: Igual que a Facebook, però molt menys sovint.		
Carlota's	    	Seguidors: 2540 Continguts: Fotos de tots els productes que van fent.		Suscripcions: 26 Nº de vídeos: 5 Continguts: Tots els vídeos són reportatges i aparicions a informatius i programes de televisió.	 Seguidors: 109 Pins: 247 Continguts: Fotografies dels seus productes.
Larkin's Bakery	    	No utilitzen Facebook Pages, sinó que tenen el Facebook com si fossin una persona. Amistats: 314 Continguts: Fotos de tots els productes que van fent, i notícies. També comparteixen els continguts que penjen a Twitter.	Seguidors: 28 Tweets: 149 Continguts: Els mateixos continguts que a Facebook.		



	Xarxes socials	Facebook	Twitter	Youtube	Altres
Pasteles Barcelona		Seguidors: 410 Continguts: En general està bastant abandonat. Gairebé fa un any que no publiquen res. Les últimes publicacions que hi ha són fotografies dels seus pastissos, promocions i sortejos.			
Petite Cerise Bakery		Seguidors: 729 Continguts: Fotografies de tots els encàrrecs que van fent. A més, comparteix continguts d'altres pàgines relacionades, de blogs, etc. També es realitzen sortejos.			 Seguidors: 42 Pins: 235 Continguts: Tenen 17 boards. En un van penjant tots els encàrrecs que van fent. La resta són boards temàtics (Macarons, Idees de decoració, Nadal..), amb pins d'altres usuaris.
Ponquecitos and Cakes		Seguidors: 181 mil Continguts: Fotografies de tots els encàrrecs, fotografies dels cursos i promoció, notícies.	Seguidors: 523 Tweets: 378 Continguts: Els mateixos continguts que a Facebook.	Suscripcions: 2505 Nº de vídeos: 4 Continguts: Tres dels quatre vídeos són tutorials pas a pas. El quart és un vídeo de promoció d'un dels cursos que ofereixen.	 Seguidors: 313 Pins: 98 Continguts: Tenen 10 boards. Vuit d'aquests estan dedicats a penjar les fotografies de tots els encàrrecs que van realitzant. Els altres dos (Party Ideas i Products I Love) són boards on hi ha pins que han pinejat d'altres usuaris.



	Xarxes socials	Facebook	Twitter	Youtube	Altres
Switis		Seguidors: 959 Continguts: Fotografies de tots els encàrrecs, avisos de novetats a la web i al blog. De tant en tant comparteixen continguts d'altres pàgines.			 Seguidors: 10 Pins: 128 Continguts: Tenen 14 boards. Sis d'aquests estan dedicats a penjar les fotografies de tots els encàrrecs que van realitzant. La resta són boards d'inspiració i idees, amb pins que han pinejat d'altres usuaris.
Tartopolis		Seguidors: 43 Continguts: Poca activitat. Només hi ha publicitat del pròxim esdeveniment.		Suscripcions: 13 Nº de vídeos: 2 Continguts: Un dels vídeos són fotografies de tots els productes que ofereixen. L'altre mostra el procés d'elaboració dels seus productes.	



Taula 4 - Xarxes socials

L'estudi de les xarxes socials de cada una de les empreses ens ha mostrat que l'element en comú entre elles és que totes disposen d'una pàgina de Facebook. Pel que fa a les altres xarxes socials, hem vist que no hi ha una uniformitat d'ús, és a dir, totalment contrari al cas de Facebook. Així, les segones xarxes més utilitzades és Pinterest amb quatre de les nou empreses estudiades. En tercer lloc trobem Twitter, Youtube i Flickr, amb tres empreses. En general, les empreses estan presents a entre dues i tres xarxes socials. Ens ha cridat l'atenció el cas d'una, que compte en les cinc plataformes ja mencionades.

Després d'analitzar la forma com les empreses utilitzen Facebook, hem detectat que totes segueixen una mateixa línia de publicacions. Bàsicament, es centren en penjar fotografies de tots els encàrrecs que van entregant, i en publicar o compartir continguts relacionats amb el món de la rebosteria creativa.

3.1.2.1. Conclusions de les taules

Després d'extreure les característiques més importants de cada taula, i per tant, d'analitzar el comportament de les empreses de la competència en diferents aspectes, hem arribat a les següents conclusions.

De la taula 1 extraïem que per la web hem de disposar d'un domini propi - www.frostingbarcelona.com-, ja que contribueix a la percepció de professionalitat i ens anivella amb els nostres competidors tot i no representar un factor diferencial, i que tenir un blog permet oferir continguts actualitzats per atraure trànsit d'usuaris. Per tal de nodrir el blog, estaria bé fer un mix dels continguts que hem vist, és a dir, publicar receptes i trucs però també cada un dels encàrrecs que anés entregant.

Com a conclusió de la taula 2 extraïem que, a banda d'oferir els productes que tenen totes les empreses -pastissos decorats, cupcakes i galetes decorades-, hem de buscar altres productes que ens diferenciïn. També creiem convenient mostrar uns preus aproximats per a cada producte, i no posar una llista tancada de gustos. Creiem que sinó es perd la idea de personalització.



Pel que fa a la taula 3, hem conclòs que, en una fase inicial, és millor oferir la possibilitat de fer la comanda online mitjançant formulari de contacte, ja que l'altre és un sistema més complicat d'implementar. Pel que fa a les formes de contacte, oferirem telèfon, e-mail i formulari de contacte.

Per últim, de la taula 4 ens ha cridat l'atenció que la xarxa social més utilitzada per les empreses competidores sigui Facebook, quan actualment n'hi ha d'altres molt més visuals que donen més importància a la imatge, aspecte rellevant en el món de la rebosteria creativa. Així, hem decidit que apostarem per Facebook, però també per Pinterest i Instagram -una xarxa que cap empresa utilitza-. D'altra banda, hem observat que Youtube tampoc està sent utilitzat, i que podria ser un camp per explotar amb videoreceptes i videotutorials. Hem decidit afegir aquesta xarxa en una segona fase del projecte.



1.4. Definició del públic objectiu

El públic objectiu de *Frosting Barcelona* són majoritàriament persones joves (fins als 35 anys), que visquin a Barcelona o pels voltants i que valorin els productes de proximitat i artesanals. Són persones que es decanten per productes exclusius i diferents, i que estan disposats a pagar una mica més per aquests productes.

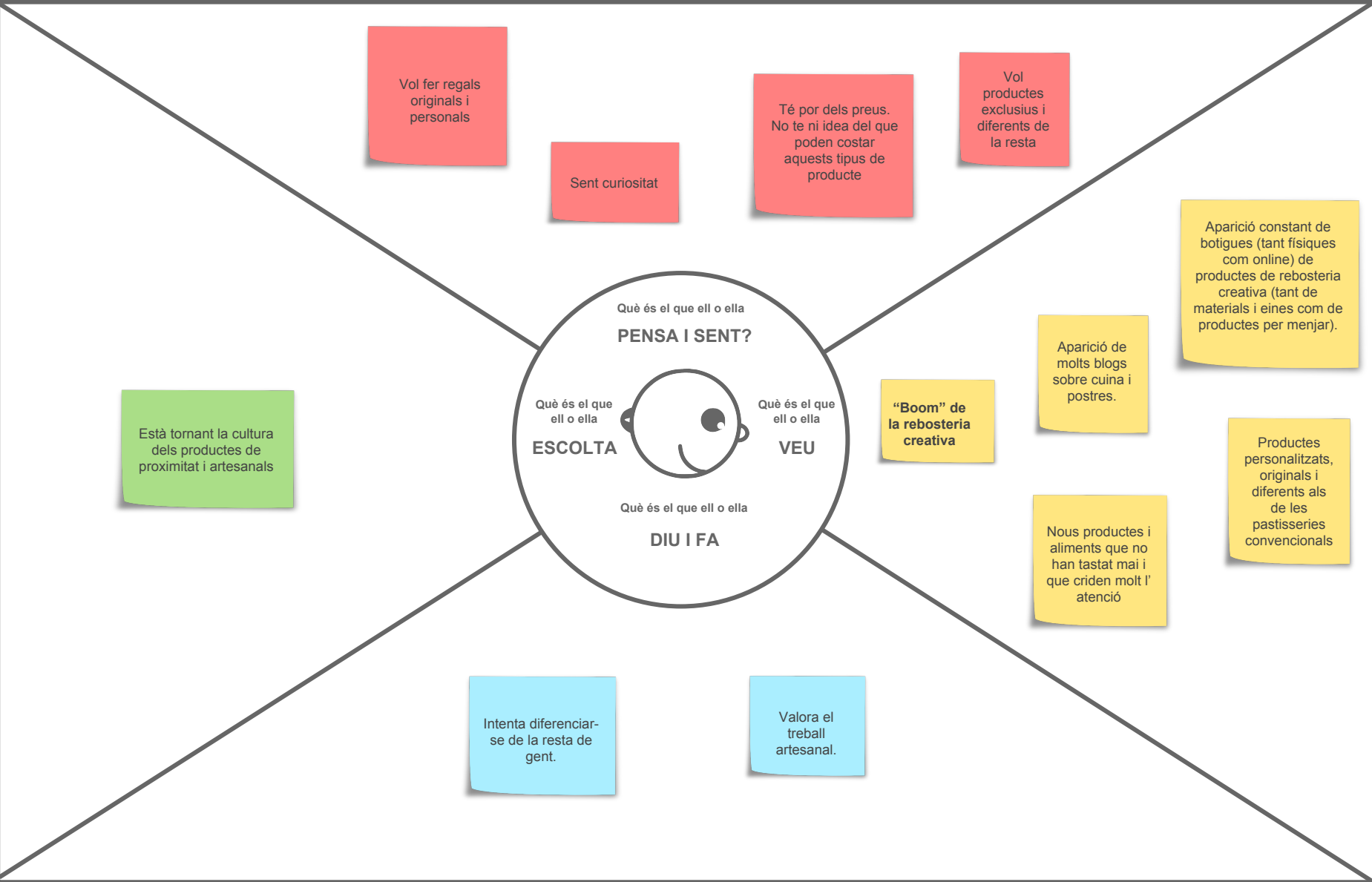
A banda d'imaginar-nos un perfil de client tipus, hem complementat la definició del públic objectiu amb un mapa d'empatia, una eina desenvolupada per XPLANE² que s'utilitza per entendre, d'una forma clara i senzilla, com és el client d'una empresa. Es tracta de posar-se al lloc del nostre públic, i contestar una serie de preguntes que ens ajudaran a conèixer els seus gustos i les seves necessitats, i en definitiva, ens ajudaran a comprendre millor el client.

El mapa es divideix en sis espais, cada un d'ells amb una pregunta per respondre.

- *Què pensa i sent?* Hem d'entendre quines són les seves preocupacions i aspiracions, identificar què és allò que realment considera important.
- *Què veu?* Com és el seu entorn i la realitat que el rodeja. Quin tipus d'ofertes rep, a quins problemes s'enfronta.
- *Què escolta?* En aquest punt és important conèixer com s'informa el nostre client potencial i com pren les decisions de compra, consum i oci.
- *Què diu i fa?* Entendre quin és el discurs del nostre client, com es comporta en públic.
- *Quines debilitats té?* Saber que és allò que el frustra, a quins obstacles s'enfronta per aconseguir els seus objectius, de que té por...
- *Quines fortaleces té?* Què és allò que realment voldria aconseguir, i què far per aconseguir-ho.

² XPLANE. 15 febrer 2014. <http://xplane.com/>

Mapa d'empatia - Frosting





2. Bloc 2

2.1. Concreció de la proposta

Després d'estudiar la competència i entendre com es conforma el mercat en el qual [Frosting Barcelona](#) pertany, hem decidit quina és la proposta de producte que volem realitzar, a partir de les mancances i necessitats vistes.

Així, ens centrarem en tres eixos d'actuació dividits en dues fases de treball. Per una banda la web, que ha de funcionar com a aparador. És un dels eixos essencials, i està pensada per mostrar quin tipus de productes oferim, i tota la informació necessària -com ara preus, gustos, localització- per tal de que de mica en mica sigui una via d'entrada de clients.

El segon eix d'actuació està basat en les xarxes socials, que han de servir per promocionar i fer conèixer els altres dos eixos. De moment, les xarxes socials escollides han estat Facebook, Instagram i Pinterest. En una segona fase, inclouríem Youtube, per tal de poder realitzar videoreceptes, videotutorials, consells o trucs. Ens decantaríem pels productes audiovisuals ja que després d'estudiar els competidors hem vist que hi ha una mancança d'aquest tipus de continguts.

Coma tercer eix hem decidit dur a terme la creació i gestió d'un blog on anirem penjant continguts. Creiem que el fet de disposar d'un blog amb contingut de valor i sobre temes de gran atracció actualment, com és la gastronomia i sobretot la rebosteria creativa, pot generar un transit de visites important, que a la llarga també poden convertir-se en clients, o simplement en usuaris coneixedors de [Frosting Barcelona](#). Aquesta tasca també es durà a terme durant la segona fase.

2.2. Pla de xarxes socials

Per tal de gestionar i promocionar la marca, hem ideat un petit pla de continguts per xarxes socials. Ens hem centrat en quatre xarxes socials. La idea és, a la primera fase, treballar amb Facebook, Instagram i Pinterest, i deixar per la segona fase Youtube.

Per tal de detallar quines accions durem a terme a cada xarxa, hem volgut fixar-nos en alguns aspectes rellevants. Dins de la primera fase hem volgut fer una distinció entre Facebook, que admet tot tipus de continguts, i Instagram i Pinterest, dues xarxes basades



en les fotografies i que requereixen material molt visual. D'altra banda, també hem tingut en compte l'abast tindran les nostres publicacions, i, en conseqüència, la promoció que n'extraurem. Actualment Facebook ha limitat l'abast orgànic a un 16% dels fans. Això significa que aproximadament un 16% de les persones que 'els agrada' la pàgina veuen les publicacions que s'hi fan. És possible que, en poc temps aquestes dades canviïn, ja que els experts³ afirmen que la xarxa social segueix un procés de reduir l'abast orgànic aproximadament entre un 6-3%, mesura que afectarà a totes les marques. Per contra, Instagram ha sofert un gran augment d'usuaris i de marques presents. La 'germana petita' de Facebook ofereix un abast més ampli, assolint una riquesa d'un 400% en el seus continguts⁴.

Veient la situació, hem decidit que donarem més valor i dedicarem més temps a Instagram i a Pinterest, destinant un menor inversió de temps a Facebook.

³ *El blog de Senior Manager*. 2 maig 2014. <http://www.seniorm.com/>

⁴ *The Plan Company*. 2 maig 2014. <http://www.theplancompany.com/>



Pla de xarxes socials - Primera fase

Plataforma	Format	Contingut	Freqüència	Objectiu
	Text + fotografia	Publicació de cada comanda acabada i entregada.	Cada comanda	- Donar a conèixer els productes que ofereixo. - Generar interacció amb l'audiència (likes, comentaris, comparticions), per tal d'incrementar l'abast. - Increment de les comandes.
	Text + fotografia	Publicació de la novetat del mes	Al principi de cada mes	- Donar a conèixer els productes que ofereixo i les novetats que incorporo. - Augmentar el trànsit cap a la web. - Increment de les comandes.
	Text + fotografia	"Divendres DIY". Cada divendres un nou DIY relacionat amb la cuina. (Continguts d'interès pel meu target)	Cada divendres	- Generar interacció amb l'audiència (likes, comentaris, comparticions), per tal d'incrementar l'abast. - Captació de nous seguidors mitjançant continguts alternatius al món de la rebosteria - Oferir contingut de qualitat, rellevant i útil.
	Varietat de formats: article, fotografia, vídeo...	Compartir diferents continguts d'altres webs/blogs directament i indirectament relacionats amb la temàtica (Continguts d'interès pel meu target)	2-3 cops per setmana	- Captació de nous seguidors mitjançant continguts alternatius al món de la rebosteria. - Diversificació del contingut tractat a la pàgina - Oferir contingut de qualitat, rellevant i útil. - Establir una xarxa amb altres professionals i bloggers del sector



Plataforma	Format	Contingut	Freqüència	Objectiu
	Concursos i promocions	-	Puntualment	- Increment del número de seguidors, incrementar la desitjabilitat del producte, augmentar la difusió dels productes i la page
	Fotografies	Acció per tal que la gent participi aportant el seu contingut	Puntualment	- Donar un espai a la participació de l'audiència - Fidelitzar l'audiència i els clients - Aportar contingut sobre el producte generat per terceres persones
	Fotografia	Publicació de cada comanda acabada i entregada.	Cada comanda	- Donar a conèixer els productes que ofereixo. - Likes. - Increment de les comandes. IDEM A FACEBOOK
	Fotografia/Vídeo	Imatges del procés de producció dels productes, de la creació, de l'espai de treball, de jo mateixa treballant, etc. Seria mostrar què hi ha darrere del resultat final.	Cada dia	- Donar a conèixer els productes que ofereixo. - Likes. - Humanitzar la marca - Apropar l'audiència al dia a dia de la marca
	Concursos i promocions	-	Puntualment	- Increment del número de seguidors, incrementar la desitjabilitat del producte, augmentar la difusió dels productes i la page
	Fotografies	Acció per tal que la gent participi aportant el seu contingut mitjançant un hashtag	Puntualment	- Donar a conèixer els productes que ofereixo. - Likes. - Humanitzar la marca - Apropar l'audiència al dia a dia de la marca



Plataforma	Format	Contingut	Freqüència	Objectiu
	Fotografia	Boards dels productes pròpis ja realitzats, linkats tots a la web.	Cada comanda	- Donar a conèixer els productes que ofereixo. - Repins - Increment de les comandes.
	Fotografia	Boards amb fotografies (d'altres usuaris) de temes directament i indirectament relacionats amb la temàtica (idees, tècniques, DIY, trucs, decoració, cuines...)	Agregar-ne cada 2/3 dies	- Repins. - Aconseguir nous seguidors que coneguin el meu producte. - Establir una xarxa amb altres professionals i bloggers del sector - Aconseguir un espai de referència on s'allotgi contingut de valor



Pla de xarxes socials - Segona fase

Plataforma	Format	Contingut	Freqüència	Objectiu
	Vídeo	Publicació de cada videotutorial realitzat i penjat al Youtube	Cada videotutorial penjat	- Donar a conèixer els productes que ofereixo. - Oferir contingut de qualitat, rellevant i útil. - Fidelitzar l'audiència - Likes, comparticions, per tal d'incrementar l'abast. - Increment de les comandes. - Augment de les visualitzacions dels vídeos i el posicionament del canal de YouTube - Difusió de continguts propis
	Link	Link de cada post nou al blog	Cada nou post al blog	- Augmentar el trànsit cap al blog - Oferir contingut de qualitat, rellevant i útil. - Fidelitzar l'audiència - Difusió de continguts propis
	Vídeo	Petit fragment del videotutorial penjat a Youtube.	Cada videotutorial penjat	- Anunciar un nou vídeo i redirigir el trànsit cap a ell. - Donar a conèixer els productes que ofereixo. - Increment de les comandes. - Augment de les visualitzacions dels vídeos i el posicionament del canal de YouTube - Difusió de continguts propis
	Fotografia	Fotografia que s'hagi utilitzat al nou post del blog.	Cada nou post al blog	- Augmentar el trànsit cap al blog - Oferir contingut de qualitat, rellevant i útil. - Fidelitzar l'audiència - Difusió de continguts propis



Plataforma	Format	Contingut	Freqüència	Objectiu
	Vídeo	Vídeotutorials de trucs i consells	1 a la setmana	- Augmentar el trànsit, els subscriptors i les visualitzacions del material al canal de Youtube - Oferir contingut de qualitat, rellevant i útil. - Fidelitzar l'audiència - Difusió de continguts propis
	Vídeo	Videorecepta		- Augmentar el trànsit, els subscriptors i les visualitzacions del material al canal de Youtube - Oferir contingut de qualitat, rellevant i útil. - Fidelitzar l'audiència - Difusió de continguts propis
	Vídeo	Llistes de reproducció de vídeos d'altres usuaris directament i indirectament relacionats amb la temàtica	Agregar-ne cada setmana	- Augmentar el trànsit, els subscriptors i les visualitzacions del material al canal de Youtube - Establir una xarxa amb altres professionals i bloggers del sector - Fidelitzar l'audiència - Aconseguir un espai de referència on s'allotgi contingut de valor



2.3. Estratègia SEO

L'estratègia SEO⁵ (Search Engine Optimization) no és altra cosa que posicionar frostingbarcelona.com al cercadors per tal de millorar la visibilitat del lloc web entre els resultats orgànics dels diferents cercadors, el més important actualment Google. En els últims anys els motors de cerca han incorporat noves variables que cal tenir en compte per tal d'optimitzar el lloc web.

En primer lloc, el posicionament SEO està basat en paraules clau, és a dir, aquelles paraules que l'internauta utilitza per trobar la informació que està buscant. S'han d'escollir les paraules clau relacionades amb la nostra temàtica i que siguin populars, utilitzades pels usuaris en el moment de fer les cerques. Per detectar quines són les cerques més populars relacionades amb els nostres productes, utilitzarem l'eina gratuïta Google Trends⁶.

Un cop escollides, les paraules clau han d'estar col·locades a llocs clau de l'article o pàgina. Aquests "llocs claus" es corresponen a etiquetes del codi html essent les més importants:

- <title>: es tracta del títol que el navegador llegeix de cada pàgina, i el mostra a la part superior de la pantalla, o la pestanya del navegador que estiguem utilitzant. És important ja que és el títol el que apareix en la pàgina de resultats de cerca.

Frosting | Dolços a la carta i personalitzats

www.frostingbarcelona.com/ ▼

Aquest desig pot fer realitat! Explica'ns la teva idea i només hauràs de... Read more.
pastissos-personalitzats-artesanals-frosting-barcelona-logo ...

- URL: la direcció de la pàgina web, en el nostre cas frostingbarcelona.com quan ens trobem a la pàgina principal. En el moment en que naveguem, la URL canvia, amb una estructura de frostingbarcelona.com/nom de l'article. És important que la segona part del link contingui les paraules clau.

⁵ Search Engine Optimization Starter Guide Google. 15 abril 2014. <http://static.googleusercontent.com/media/www.google.com/ca/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>

⁶ Google Trends. 20 abril 2014. <http://www.google.es/trends/>



- <meta>: Les etiquetes meta estan pensades per oferir informació sobre la pròpia pàgina. Tot i que la seva influència en el posicionament és força reduïda, cal tenir en compte especialment l'etiqueta 'meta description' perquè correspon al text que acompanya els resultats de la cerca. A la captura anterior es correspondria amb els text que apareix sota la URL.
- <body>: es tracta del cos de text. Les primeres frases de l'article són les més importants, on hi ha d'haver les paraules clau.
 - Elements destacats: dins de <body>, es pot augmentar la importància de les paraules clau posant-les en negreta, subratllat, o utilitzant les etiquetes <h1>, <h2>...
- Imatges: és important que totes les imatges que es carreguin al lloc web han de contenir les paraules clau al nom de l'arxiu, al títol, i al títol alternatiu o atribut alt. Aquest últim serveix a Google per llegir les imatges i poder atribuir un nom determinat, per així poder mostrar-les en el seu cercador Google Images.

2.3.1. Estratègia SEO dels competidors

Per tal d'escollir unes bones paraules clau per a *Frosting Barcelona*, hem volgut abans fixar-nos en quines utilitzen els nostres competidors, i si les tenen col·locades correctament. Utilitzarem l'eina Screaming Frog SEO Spider⁷ ⁸.

⁷ *Screaming Frog*. 16 abril 2014. <http://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/>

⁸ Veure Annex 1: Resultats Screaming Frog SEO Spider de cada competidor



Taula SEO

	Paraules clau	<title>	URL	<meta>	<body>	Elements destacats	Imatges
Bake and Fun	servicios, repostería, eventos de empresa, eventos familiares, bodas, novios, ferias, tartas, pasteles, galletas, artesanal, cupcakes, muffins, fondant, royalicing, tutorial, ecológico, especial, regalo, repostería artesana	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Barcelona Cakes	Pastelería Barcelona, pastisseria barcelona, pastel de cumpleaños barcelona, pastel de boda barcelona, pasteles originales, pasteles artesanales, pasteles personalizados, cursos pastelería barcelona	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Carlota's	galletas, regalos comunión, regalos bautizo, detalles boda	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Larkin's Bakery	Barcelona, Sabadell, Sant Cugat, Terrassa, brownies, caterin, clases de cocina, cookies, cupcakes, fondant, pasteles, personalizados, sin gluten, tartas	✗	✗	✓	✓	✗	✗
Pasteles Barcelona	pasteles barcelona, pasteles a domicilio, pasteles personalizados, pasteles infantiles, pasteles eroticos, venta de pasteles online	✗	✗	✓	✗	✗	✗
Petite Cerise Bakery	-	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Ponquecitos and Cakes	tartas, barcelona, pasteles, pastissos, galletas, cupcakes	✓	✗	✗	✓	✗	✗
Switis	pasteles, personalizados, originales, barcelona	✗	✗	✓	✓	✗	✗
Tartopolis	Tartopolis, Tartópolis, cupcakes, muffins, pasteles, reposteria creativa, repostería barcelona, repostería erótica, repostería tradicional, tartas, tartas creativas	✓	✓	✓	✓	✗	✗



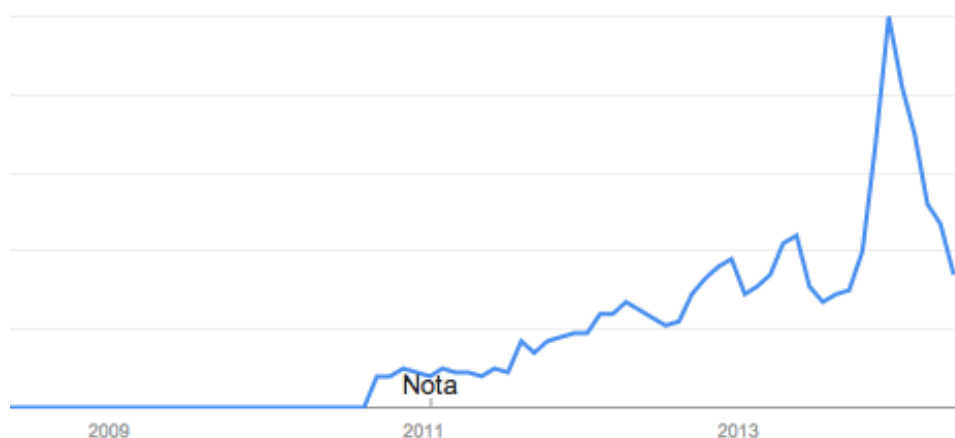
Després de realitzar l'anàlisi, podem concloure que la majoria dels competidors no estan duent a terme una bona estratègia SEO. Com es pot veure a la taula, cap d'ells utilitza les paraules clau als sis espais especificats. Més concretament, els ítems menys utilitzats són els elements destacats dins el text, i les imatges, un element molt important dins el posicionament de Google.

2.3.2. Estratègia SEO de *Frosting Barcelona*

Per tal de seleccionar les paraules clau que emprarem per a la web, hem utilitzat l'eina Google Trends, que mostra els termes de cerca més populars en un plaç de temps. Per mostrar-ho genera unes gràfiques que representen amb quanta freqüència es realitza una cerca particular, podent escollir a quina regió del món. També permet comparar el volum de cerques entre dos o més termes.

En el nostre cas, hem seleccionat Catalunya com a regió, i hem fet la cerca de les paraules clau escollides a priori.

Cerca 1: Cupcakes



Captura de pantalla de Google Trends



Cerca 2: Barcelona



Nota

Captura de pantalla de Google Trends

Cerca 3: Personalitzats



Nota

Captura de pantalla de Google Trends

Cerca 4: Artesanal



Nota

Captura de pantalla de Google Trends



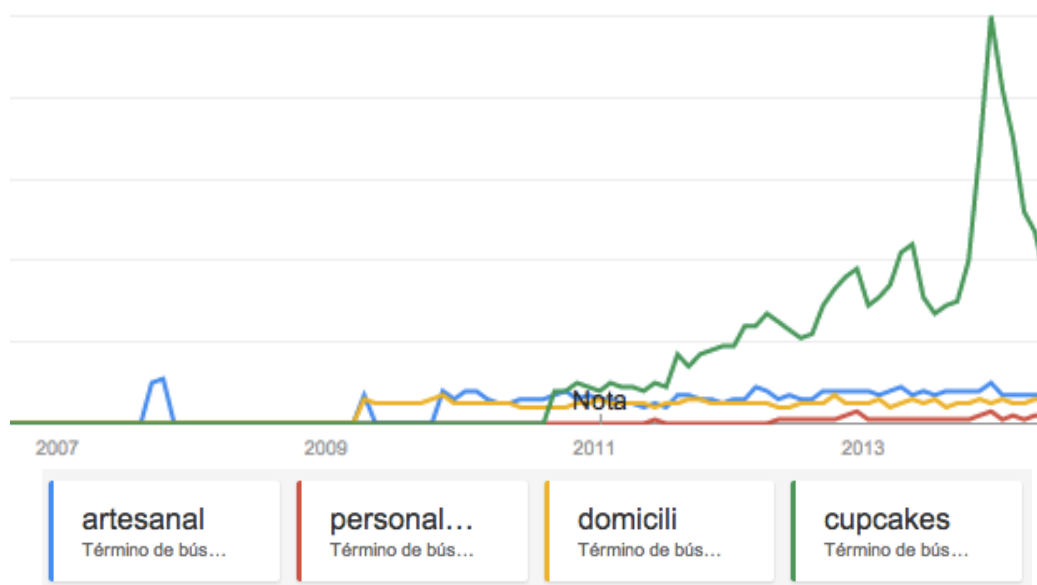
Cerca 5: Domicili



Captura de pantalla de Google Trends

Tal com s'aprecia als gràfics, dins de les nostres paraules clau podem diferenciar dues categories. La cerca 1 tenen resultats que estan molt per sobre de la resta de cerques. Això és així ja que es tracta d'una paraula internacional, com és 'Barcelona'. En segon lloc, i no amb menys diferència de volum de resultats, trobem 'cupcakes'. I per últim, 'personalitzats', 'artesanal' i 'domicili', són paraules en català, que reben moltes menys cerques, però que estan en augment i ens poden diferenciar de la competència si les utilitzem bé.

Cerca conjunta: artesanal, personalitzats, domicili, cupcakes



Captura de pantalla de Google Trends



Cerca conjunta: artesanal, personalitzats, domicili



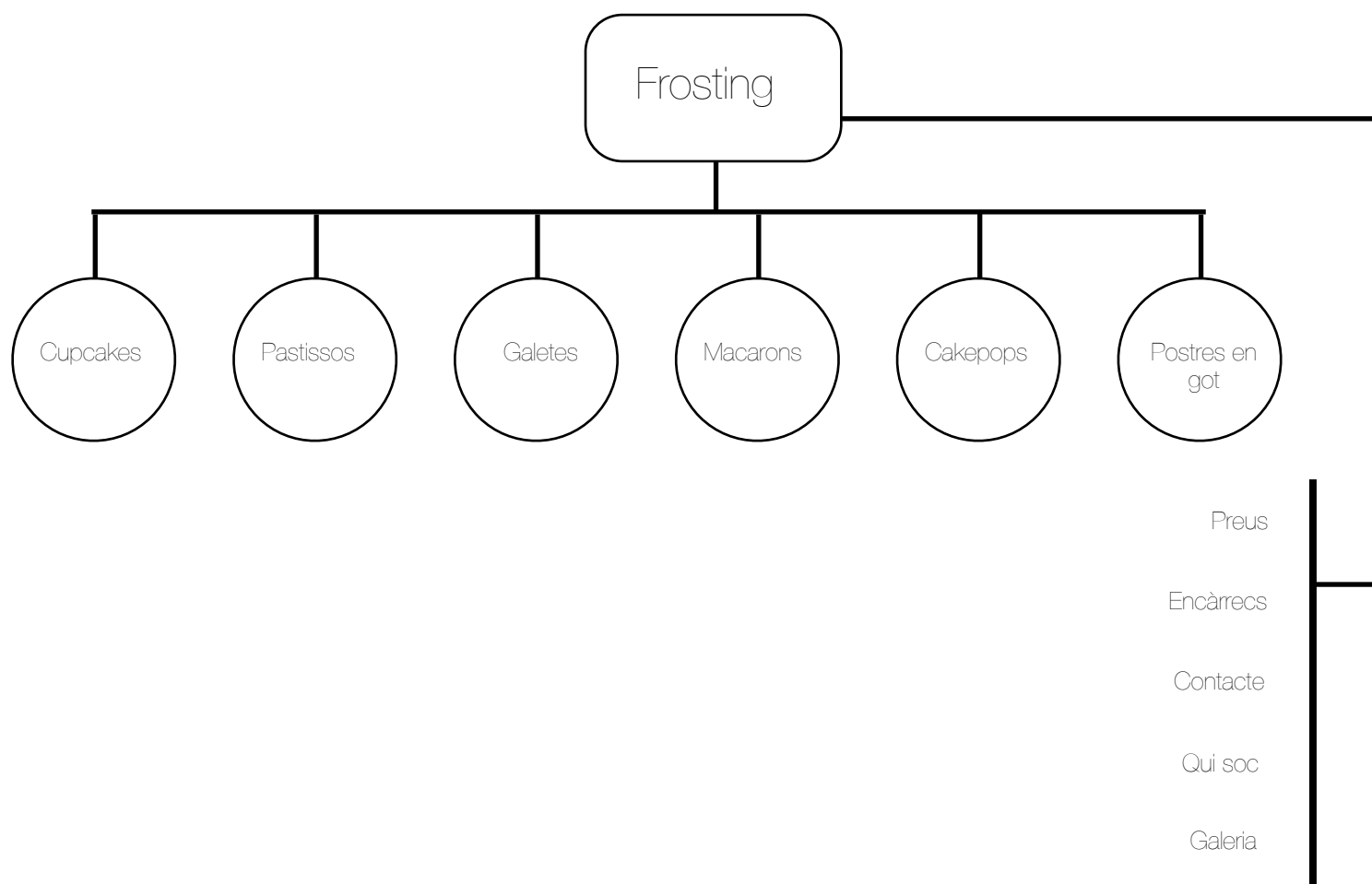
Captura de pantalla de Google Trends

Després de seleccionar les paraules clau, procedirem a col·locar-les a les variables abans comentades, per tal d'aconseguir un bon posicionament a cercadors.



2.4. Arquitectura de continguts

Pensant ja amb el disseny de la web de [Frosting Barcelona](http://www.frostingbarcelona.com), hem decidit col·locar un menú principal on el client podrà trobar de forma senzilla i ràpida cada un dels productes que oferim. Com a menú secundari, i col·locat a la barra lateral, les pàgines a les que el client accedirà després d'haver visitat les de la barra superior, com serien els preus, el contacte, una petita explicació sobre qui soc, l'apartat des d'on fer encàrrecs, etc.



Mapa web de www.frostingbarcelona.com - Elaboració pròpia



3. Bloc 3:

3.1. Disseny i publicació

3.1.1. Elecció del tema

Un cop realitzada la feina més d'investigació, anàlisi i concreció, és el moment de pensar amb el disseny visual de la web. La nostra idea principal és que la web sigui una entrada de clients i de comandes, però sense oblidar la vessant estètica i visual, uns aspectes molt importants en el món de la rebosteria actual.

El primer pas ha estat escollir un tema de tots els que Wordpress disposa. Tenim clar que hem d'acotar la nostra cerca utilitzant els filtres. Així, hem decidit que volem un tema que sigui "responsive" o que tingui un disseny adaptatiu, és a dir, que s'adapti a l'entorn de l'usuari. La nostra idea és fer una web visible de manera òptima en tot tipus de dispositius, com ara mòbils, ordinadors o tauletes. D'altra banda, hem cercat un tema en el qual es pugui personalitzar la capçalera, i que ens permeti col·locar una barra lateral dreta. No hem posat més filtres, ja que sabem que, un cop escollit el tema, mitjançant el codi HTML podrem modificar la majoria de les coses.

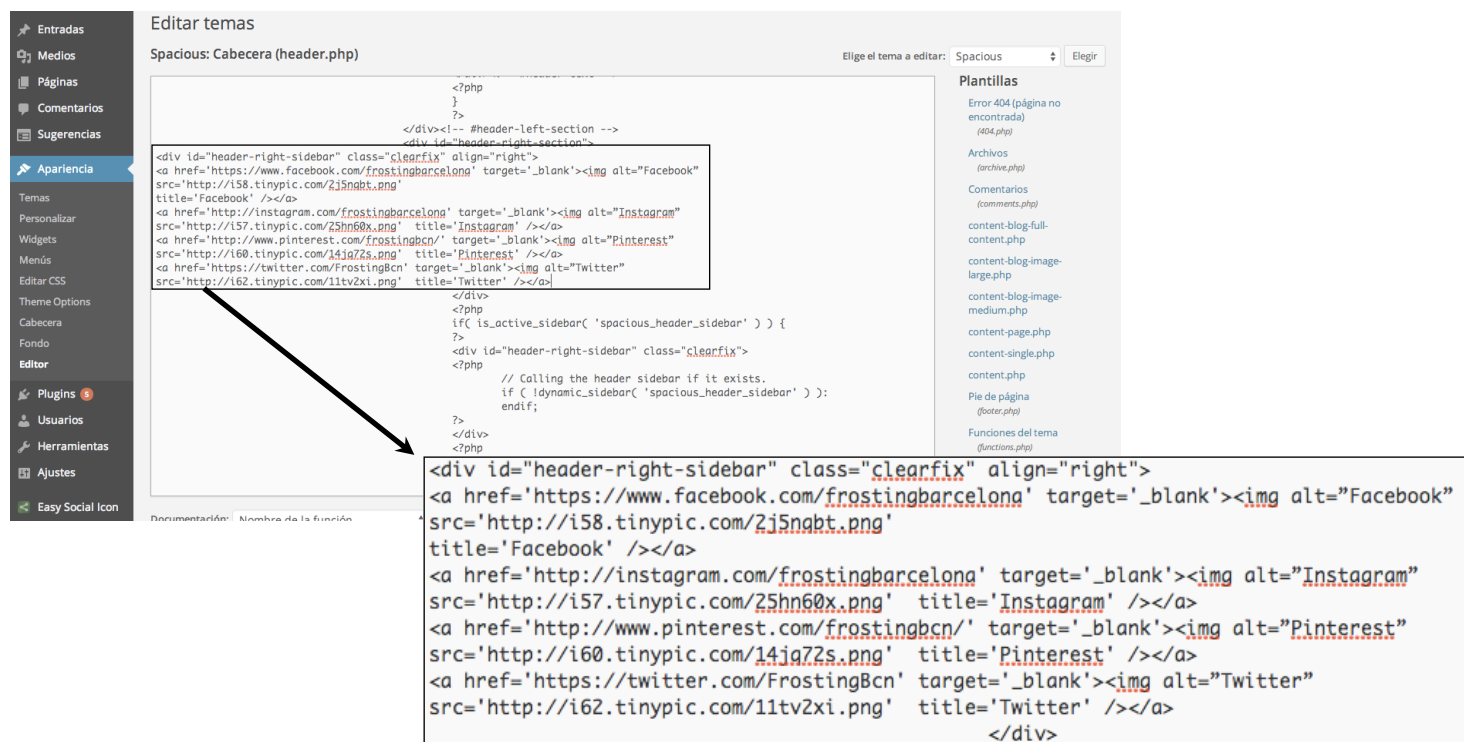
Després de valorar cada un dels resultats de la nostra cerca, el tema seleccionat ha estat Spacious, desenvolupat per ThemGrill. Tot i així, abans de trobar aquest tema, havíem escollit l'Arcade⁹, amb el que vam realitzar gairebé tot el disseny, però que vam haver de desestimar perquè no complia la norma del Principi de mínima fricció, que diu que en una web, l'usuari ha d'arribar a la informació que cerca amb el mínim de clics possibles.

3.1.2. Adaptació del tema i publicació

Ja amb la base del disseny escollida, hem procedit a adaptar el tema a les nostres necessitats. Primer de tot hem creat els menús seguint l'esquem a del mapa web mostrat anteriorment. En segon lloc, hem creat la barra lateral dreta, on hi hem col·locat tres widgets: els botons de les xarxes socials, un cercador intern, i el submenú.

Per altra banda, a l'hora de fer algunes modificacions que el tema no permetia, hem hagut de modificar directament el codi HTML, com en el cas dels botons de xarxes socials situats a la part superior dreta de la capçalera, on per defecte el tema hi col·loca un cercador.

⁹ Veure Annex 2: disseny web desestimat



Captura de pantalla d'editor d'HTML de Wordpress

Altres moments on també hem utilitzat el codi han estat per modificar la mida de la barra lateral dreta, i fer-la més estreta; per canviar el color dels enllaços, o per substituir el terme 'Read More', per 'Més informació' o pel símbol +. Un cop adaptat, hem procedit a pujar tots els continguts -textos i imatges- i a aplicar l'estratègia SEO abans explicada. Dins de l'apartat de disseny i posada en marxa de la web, aquest és el que ens va dur més temps.

D'altra banda, hem creat el logotip de *Frosting Barcelona*. Hem intentat que sigui un signe gràfic distintiu, que reflecteixi les característiques de l'empresa i del sector. Així, hem dissenyat diferents propostes¹⁰, jugant amb diferents colors, lletres i formes.

A partir del logotip hem dissenyat els altres elements gràfics del blog, sempre seguint la mateixa línia de colors i lletres.

Logotip de www.frostingbarcelona.com

¹⁰ Veure Annex 3: logos desestimats



Disseny per a la capçalera



Disseny per al favicon



Disseny per a l'apartat de preus



Disseny per als botons



Disseny per als botons de xarxes socials



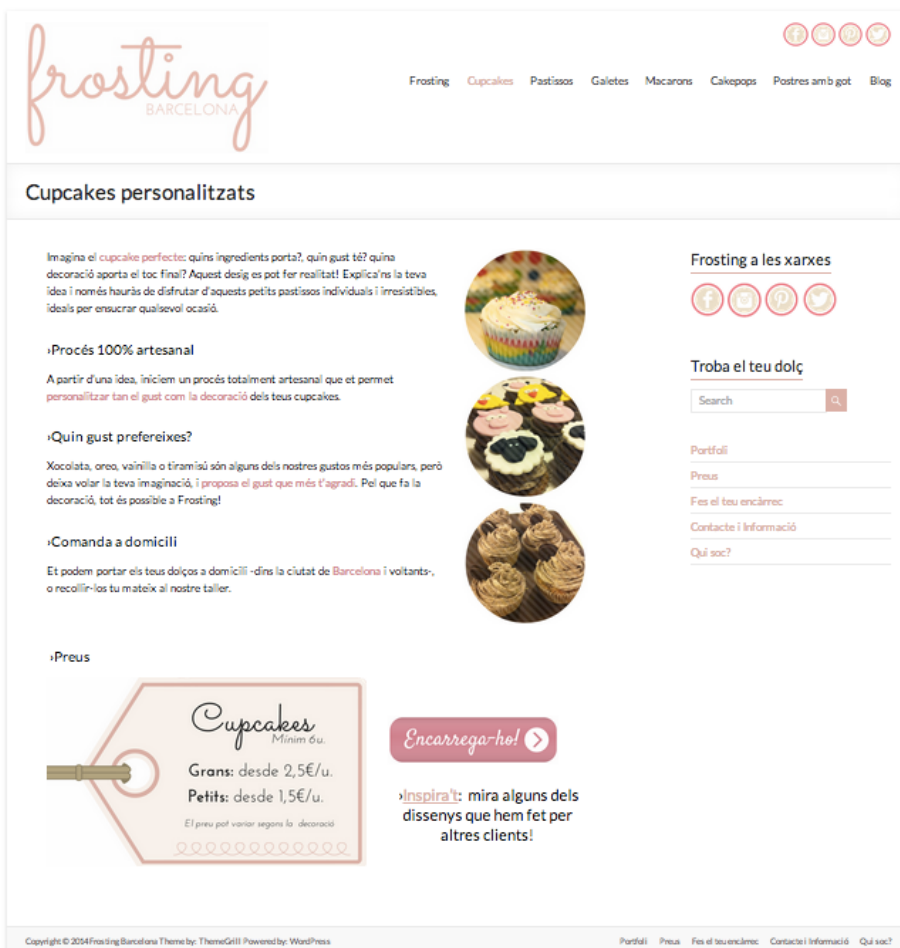
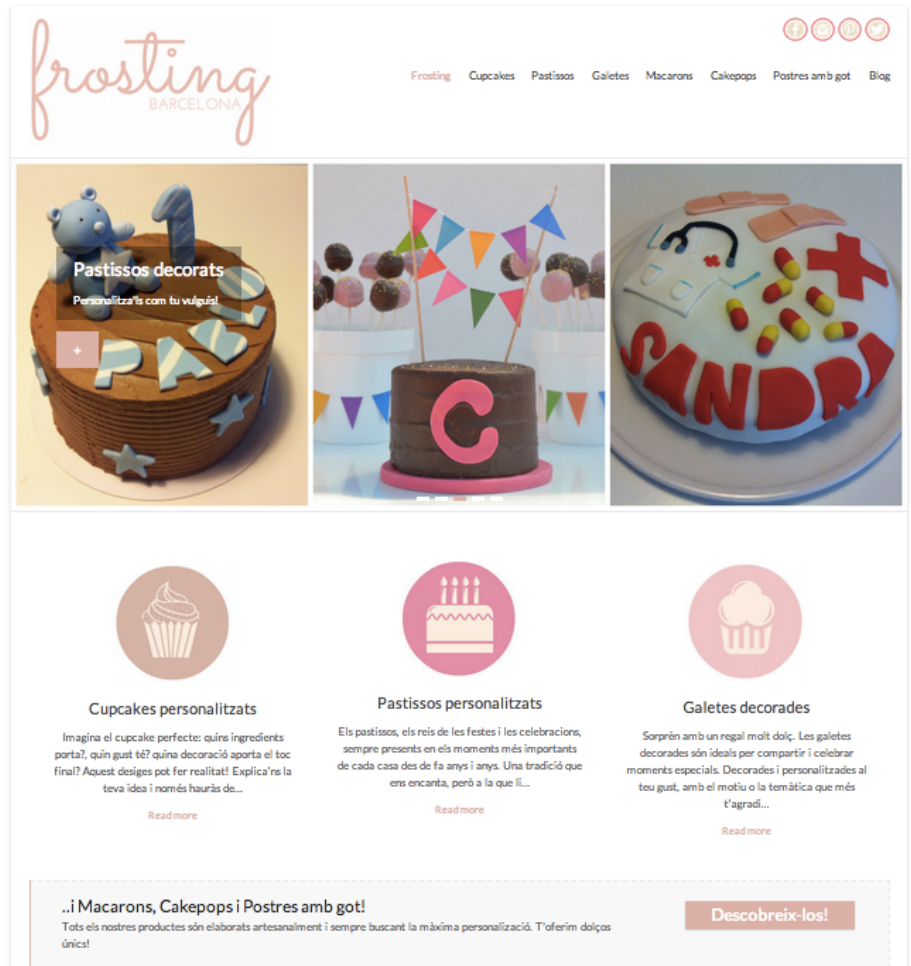
Disseny de diferents icones per la web



Home de

frostingbarcelona.com

Hem volgut aconseguir una pàgina d'inici molt visual, però també de fàcil accés als continguts importants. Així, hem col·locat el menú de productes a la part superior dreta com ja havíem dit a l'Arquitectura de continguts, però també els hem col·locat al centre de la pàgina, més destacats i amb una petita explicació.



Pàgina de producte

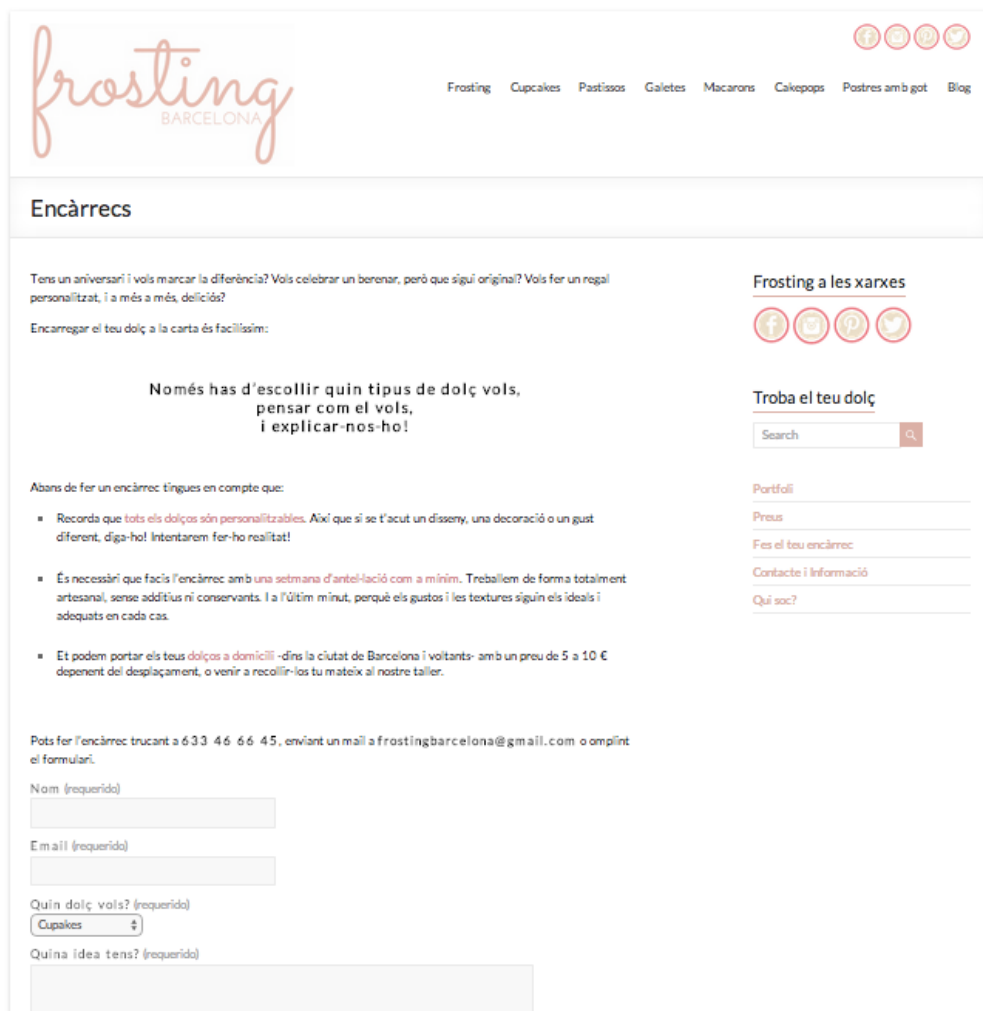
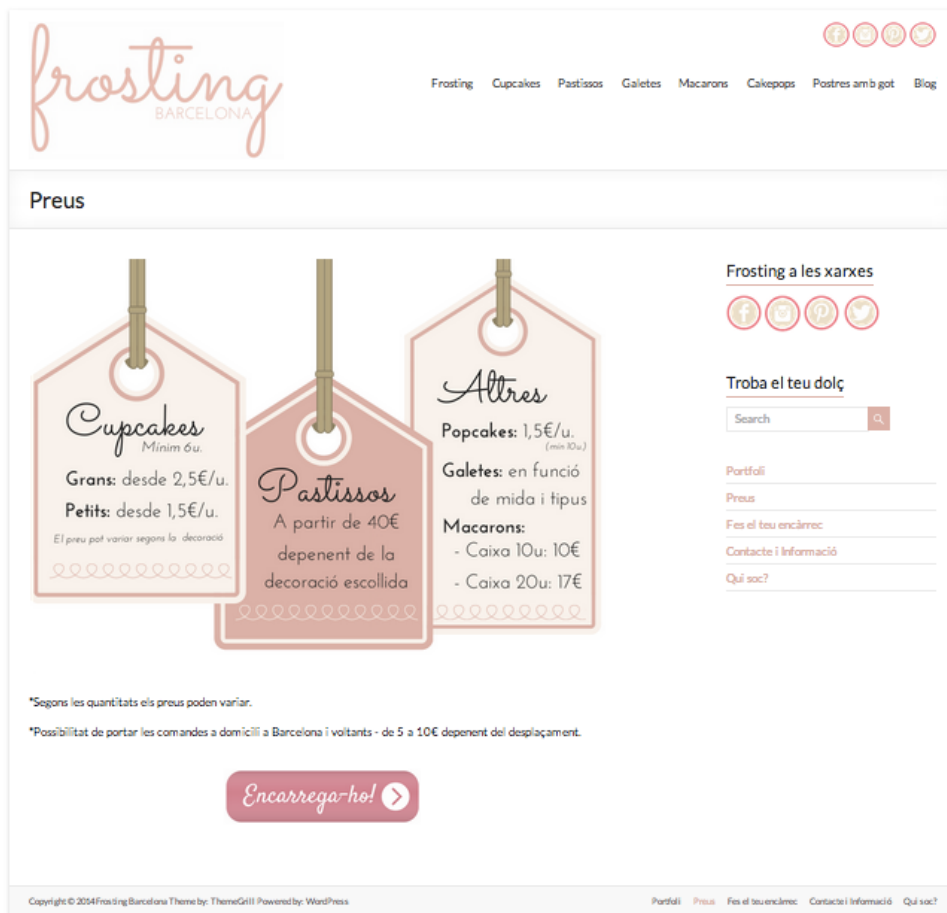
Cada producte té una pàgina que segueix la mateixa estructura. En primer lloc un text explicatiu, el qual hem fragmentat amb petits títols per tal de facilitar la llegibilitat per part dels usuaris. Al costat, tres fotografies en format rodó, i a la part inferior, l'etiqueta de preus, seguida d'un botó que porta a l'usuari a la pàgina d'encàrrecs i un petit text per accedir a la galeria.



Pàgina de preus

En aquesta pàgina hem volgut col·locar els preus dels nostres productes d'una forma original, fugint de la típica llista de preus. Així, hem dissenyat aquestes etiquetes, seguint la tipografia i la paleta de colors de la web.

A la part inferior hem col·locat un botó que porta a l'usuari directament a la pàgina d'encàrrecs.



Pàgina d'encàrrecs

La pàgina d'encàrrecs s'estructura en dos parts. Primer de tot un text explicatiu sobre el procés i els aspectes que ha de tenir en compte algú que vulgui un dolç de Frosting Barcelona. En segon lloc, hem col·locat un formulari per tal de fer un primer contacte amb el client, i aquest pugui explicar-nos la seva idea.



Pàgina de contacte i informació

La pàgina de contacte i informació hem volgut que fos senzilla, poc carregada i amb les dades col·locades de forma clara i de fàcil accés. Així, hem posat a disposició dels clients tres canals de contacte: via telèfon mòbil, via correu electrònic, i via formulari de contacte.



[Frosting](#) [Cupcakes](#) [Pastissos](#) [Galletes](#) [Macarons](#) [Cakepops](#) [Postres amb got](#) [Blog](#)

Contacte i Informació

Pots contactar amb nosaltres a través de:

 633 46 66 45

 frostingbarcelona@gmail.com

O directament omplint aquest formulari:

Nom (requerido)

Email (requerido)

Comentari

[Enviar »](#)

Frosting a les xarxes



Troba el teu dolç

[Q](#)

[Portfollí](#)
[Preus](#)
[Fes el teu encàrrec](#)
[Contacte i Informació](#)
[Qui sóc?](#)

Copyright © 2014 Frosting Barcelona Theme by: ThemeGrill Powered by: WordPress

[Portfollí](#) [Preus](#) [Fes el teu encàrrec](#) [Contacte i Informació](#) [Qui sóc?](#)



[Frosting](#) [Cupcakes](#) [Pastissos](#) [Galletes](#) [Macarons](#) [Cakepops](#) [Postres amb got](#) [Blog](#)

Qui sóc?

Els dolços van aparèixer a la meua vida com a distracció en època d'exàmens. Vaig començar amb el clàssic pa de pessic, i com a molt algunes magdalenes. Més tard vaig descobrir els cupcakes a partir d'un curs que em van regalar, i sense saber ben bé com, em vaig acabat enganxant al món de la rebosteria creativa.

A partir de llavors els dolços han format part del meu dia a dia. Aniversaris de familiars o amics, sopars, dinars... qualsevol data assenyada s'ha convertit en l'excusa perfecta per fer uns dolços personalitzats per l'ocasió. Els comentaris i reaccions d'amics, familiars i coneguts m'han encoratjat a iniciar aquest projecte. Les seves crítiques positives, i sempre constructives, m'han fet decidir a emprendre aquesta nova aventura, que he compaginat amb els estudis de periodisme.

Em podria passar el dia fent dolços; quan hi estic posada perdo la noció del temps. I no n'hi ha cap que surti del meu form sense estar fet amb la màxima il·lusió i carinyo.

Perquè una cosa és certa: no hi ha res millor que poder fer allò que més t'agrada.

»Clàudia Viguera



Frosting a les xarxes



Troba el teu dolç

[Q](#)

[Portfollí](#)
[Preus](#)
[Fes el teu encàrrec](#)
[Contacte i Informació](#)
[Qui sóc?](#)

Copyright © 2014 Frosting Barcelona Theme by: ThemeGrill Powered by: WordPress

[Portfollí](#) [Preus](#) [Fes el teu encàrrec](#) [Contacte i Informació](#) [Qui sóc?](#)

Pàgina Qui sóc?

Aquesta pàgina neix amb la voluntat d'explicar als clients i usuaris qui hi ha darrere d'aquest projecte.



3.2. Xarxes socials

Pel que fa a les xarxes socials, les hem posat en funcionament al mateix moment que hem engegat la web, i sempre seguint el pla ja esmentat anteriorment.

A continuació, un exemple de cada una de les accions habituals planejades ja esmentades.

Facebook



Exemple 1 - Publicació de cada comanda acabada i entregada



Exemple 2 - Publicació de la novetat del mes



Exemple 3 - Compartir diferents continguts d'altres webs/blogs directament i indirectament relacionats amb la temàtica



Exemple 4 - 'Divendres DIY'. Cada divendres un nou DIY relacionat amb la cuina.

Instagram



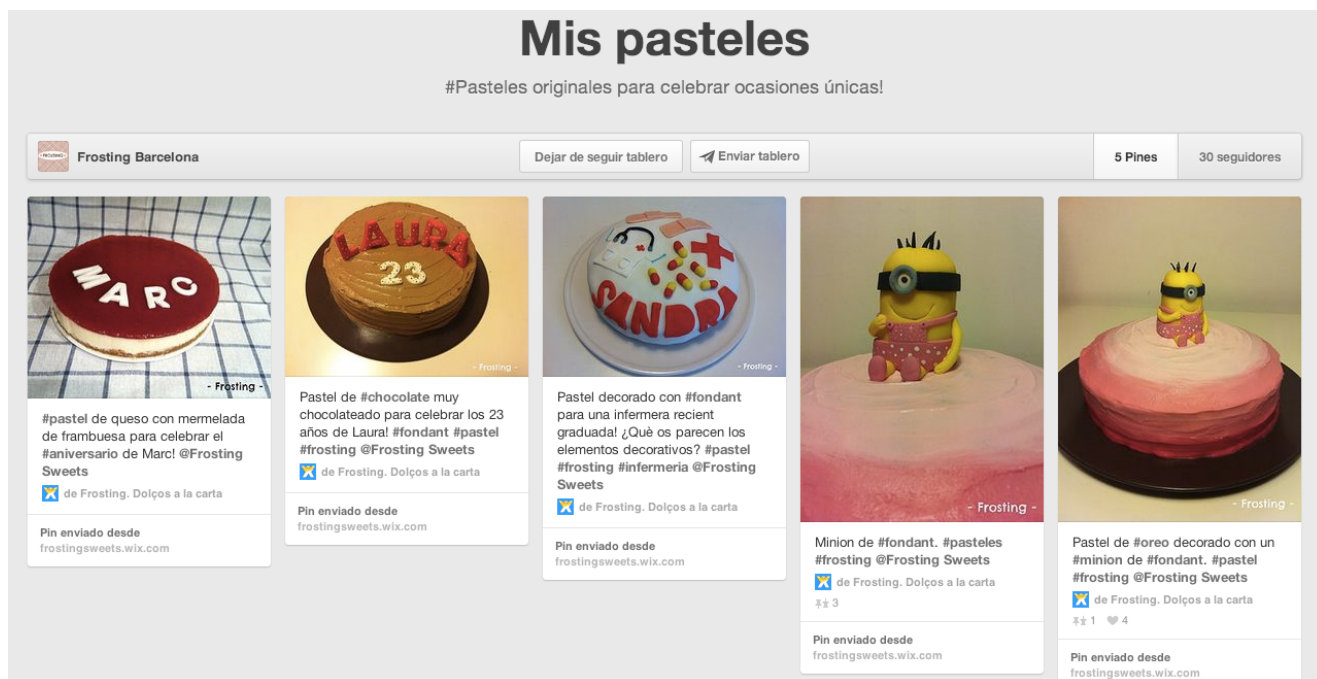
Exemple 1 - Imatges per mostrar què hi ha darrere del resultat final.



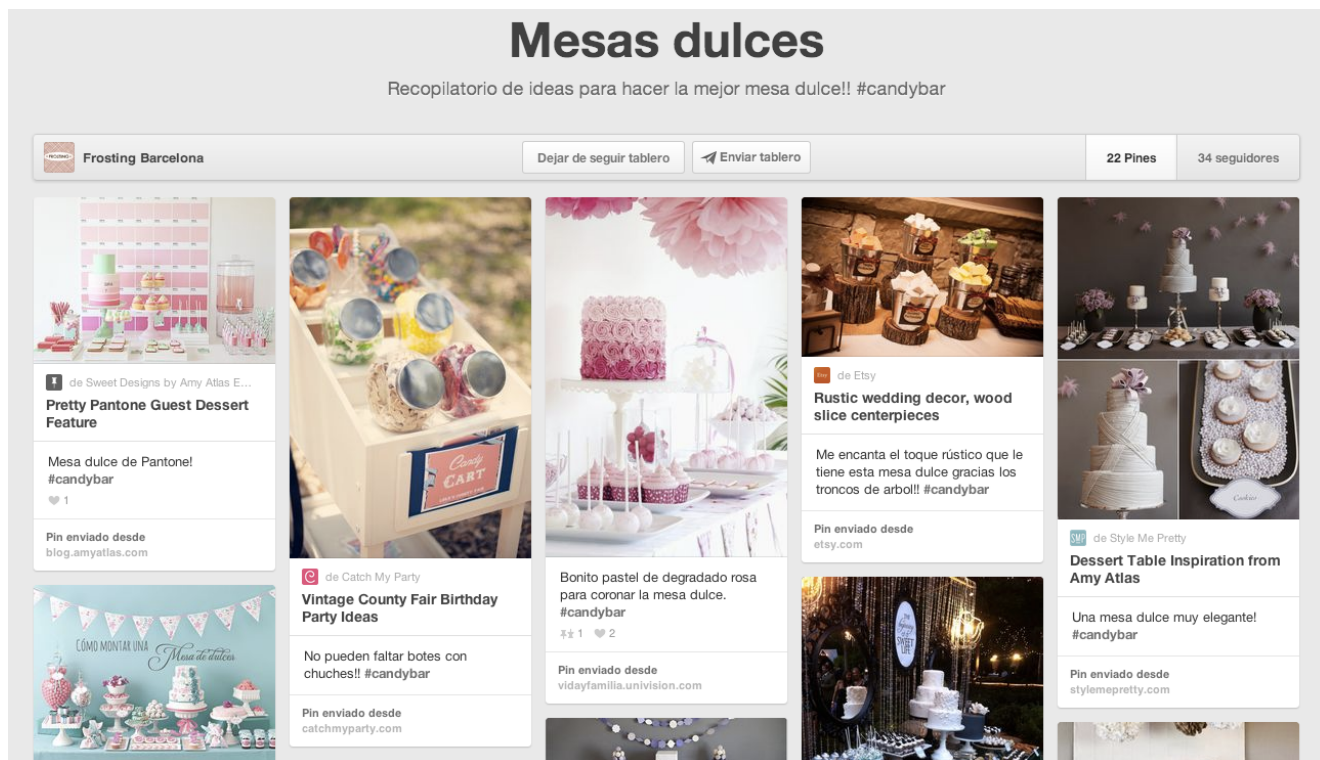
Exemple 2 - Publicació de cada comanda acabada i entregada.



Pinterest



Exemple 1 - Boards dels productes pròpis ja realitzats, linkats tots a la web.



Exemple 2 - Boards amb fotografies (d'altres usuaris) de temes directament i indirectament relacionats amb la temàtica (idees, tècniques, DIY, trucs, decoració, cuines...)



4. Annexos

Annex 1. Resultats Screaming Frog SEO Spider de cada competidor

Enter url to spider: 100%

Internal External Response Codes URI Page Titles Meta Description Meta Keywords H1 H2 Images Directives AJAX Custom

Filter: All

	Address	Occurrences	Title 1	Title 1 Length	Title 1 Pixi
1	http://www.bakeandfun.com/es		1 Servicios de repostería para fiestas y bodas – Bake & Fun	57	
2	http://www.bakeandfun.com/ca		1 Serveis de rebosteria per a festes i noces – Bake & Fun	55	
3	http://www.bakeandfun.com/ca/cupcakes-muffins		1 Cupcakes, Magdalenes i Muffins – Bake & Fun	43	
4	http://www.bakeandfun.com/es/cupcakes-muffins		1 Magdalenas, Muffins y Cupcakes – Bake & Fun	43	
5	http://www.bakeandfun.com/ca/galletes-decorades		1 Galletes Decorades – Bake & Fun	30	
6	http://www.bakeandfun.com/es/pedidos		1 Pedidos – Bake & Fun	20	
7	http://www.bakeandfun.com/en		1 Personalized Cupcakes and Cookies for Parties and Weddings –...	71	
8	http://www.bakeandfun.com/ca/nosaltres		1 Nosaltres – Bake & Fun	22	
9	http://www.bakeandfun.com/ca/cursos		1 Cursos i Icing Parties – Bake & Fun	35	
10	http://www.bakeandfun.com/es/galletas-decoradas		1 Galletas Decoradas – Bake & Fun	31	
11	http://www.bakeandfun.com/es/nosotros		1 Nosotros – Bake & Fun	21	
12	http://www.bakeandfun.com/en/cupcakes-muffins		1 Muffins adn Cupcakes – Bake & Fun	33	
13	http://www.bakeandfun.com/en/courses		1 Courses – Bake & Fun	20	
14	http://www.bakeandfun.com/en/about		1 About Us – Bake & Fun	21	
15	http://www.bakeandfun.com/en/general-conditions		1 General Conditions – Bake & Fun	31	

Filter Total: 21

Name	Value
Address	http://www.bakeandfun.com/es
Status Code	200
Status	OK
Content	text/html; charset=UTF-8
Size	18508
Title 1	Servicios de repostería para fiestas y bodas – Bake & Fun
Meta Description 1	Galletas Decoradas con glasa real y fondant. Cupcakes y Torres de Cupcakes. Tartas y Minitartas. Muffins y Magdalenas. 100% Natura...
Meta Robots 1	index, follow
Word Count	453
Level	0
Inlinks	10
Outlinks	10

URL Info In Links Out Links Image Info SERP Snippet



Enter url to spider: 100%

Internal External Response Codes URI Page Titles Meta Description Meta Keywords H1 H2 Images Directives AJAX Custom

Filter: All

	Address	Occurrences	Title 1	Title 1 Length	Title 1 Pixi
1	http://barcelonacakes.com/		1 Pastelería Barcelona Pasteles originales por pastisseries Barcelona...	74	
2	http://barcelonacakes.com/bautizo/		1 Bautizo Barcelona Cakes	25	
3	http://barcelonacakes.com/who-i-am/		1 Información Barcelona Cakes	29	
4	http://barcelonacakes.com/corporativos/		1 Corporativos Barcelona Cakes	30	
5	http://barcelonacakes.com/pasteleriaenbarcelona/		1 Sobre nosotros Barcelona Cakes	32	
6	http://barcelonacakes.com/celebracion/		1 Celebraciones Barcelona Cakes	31	
7	http://barcelonacakes.com/pasteles_cumpleanos/		1 San Valentín Barcelona Cakes	30	
8	http://barcelonacakes.com/celebracion/?nggpage=2		1 Page 2 « Celebraciones Barcelona Cakes	40	
9	http://barcelonacakes.com/galeria/		1 Galería Barcelona Cakes	25	
10	http://barcelonacakes.com/productos/		1 Sabores Barcelona Cakes	25	
11	http://barcelonacakes.com/pasteles_bautizo/		1 Nueva línea de pasteles para Niños Barcelona Cakes	52	
12	http://barcelonacakes.com/infantiles/		1 Infantiles Barcelona Cakes	28	
13	http://barcelonacakes.com/boda/		1 Boda Barcelona Cakes	22	
14	http://barcelonacakes.com/pasteles_boda/		1 Pasteles de Boda Barcelona Cakes	34	
15	http://barcelonacakes.com/infantiles/?nggpage=2		1 Page 2 « Infantiles Barcelona Cakes	37	

Filter Total: 17

Name	Value
Address	http://barcelonacakes.com/
Status Code	200
Status	OK
Content	text/html; charset=UTF-8
Size	18377
Title 1	Pastelería Barcelona Pasteles originales por pastisseries Barcelona Cakes
Meta Description 1	Pasteles personalizados para bodas, cumpleaños y otras celebraciones hechos artesanalmente por tu pastelería en Barcelona.
H2-1	San Valentín
H2-2	Nueva línea de pasteles para Niños
Word Count	251
Level	0
Inlinks	34
Outlinks	22

URL Info In Links Out Links Image Info SERP Snippet



Enter url to spider:

Internal External Response Codes URI Page Titles Meta Description Meta Keywords H1 H2 Images Directives AJAX Custom

Filter: All

	Address	Occurrences	Title 1	Title 1 Length	Title 1 Pixi
1	http://www.carlotas.com/		1 Galletas Carlota's Regalos comunión, bautizo. Detalles boda.	62	
2	http://www.carlotas.com/packs-regalo.html		1 Galletas decoradas y creativas Galletas Carlota's	51	
3	http://www.carlotas.com/curso-profesional.html		1 CURSOS PROFESIONALES DE GALLETAS - RECETAS Y TÉCNICAS D...	108	
4	http://www.carlotas.com/carlotas-cards.html	0		0	
5	http://www.carlotas.com/personalizadas.html		1 Galletas personalizadas Galletas Carlota's	44	
6	http://www.carlotas.com/celebraciones/comuniones.html		1 Regalos comunión y detalles para comuniones Galletas Carlota's	64	
7	http://www.carlotas.com/personalizadas/galletas-creativas.html		1 Galletas creativas Galletas Carlota's	39	
8	http://www.carlotas.com/galletas-personalizadas/galletas-creativas.html		1 Galletas creativas Galletas Carlota's	39	
9	http://www.carlotas.com/carlotas-cards/nuestras-carlotas-cards.html	0		0	
10	http://www.carlotas.com/pedidos.html	0		0	
11	http://www.carlotas.com/celebraciones/bautizos.html		1 Regalos bautizo y detalles para bautizos Galletas Carlota's	61	
12	http://www.carlotas.com/noticias.html		1 Carlota's New Blog	18	
13	http://www.carlotas.com/politica-de-privacidad.html		1 Carlota's: Política de privacidad	33	
14	http://www.carlotas.com/galletas-decoradas/galletas-carlota-en-pack.html		1 Carlota: mmm Galletas creativas para regalar o regalarte, ... ¡Gal...	72	
15	http://www.carlotas.com/celebraciones/detalles-bodas.html		1 Detalles para invitados de boda Galletas Carlota's	52	

Filter Total: 26

Name | Value

URL Info In Links Out Links Image Info SERP Snippet



Enter url to spider:

Internal External Response Codes URI **Page Titles** Meta Description Meta Keywords H1 H2 Images Directives AJAX Custom

Filter: All

	Address	Occurrences	Title 1	Title 1 Length	Title 1 Pixi
1	http://www.larkinsbakery.com/		1 Larkins Bakery Homemade Baking	30	
2	http://www.larkinsbakery.com/#!dorayaki/zoom/mainPage/image15fs		1 Larkins Bakery Homemade Baking Dorayaki	41	
3	http://www.larkinsbakery.com/#!pastelito-indio/zoom/mainPage/image5sv		1 Larkins Bakery Homemade Baking Pastelito indio	48	
4	http://www.larkinsbakery.com/#!mini-merengues/zoom/mainPage/image1x2r		1 Larkins Bakery Homemade Baking Mini merengues	47	
5	http://www.larkinsbakery.com/#!lista-de-precios/c19ii		1 Larkins Bakery Homemade Baking CATÁLOGO DE PRODUCTOS	54	
6	http://www.larkinsbakery.com/#!mona-de-pascua/zoom/mainPage/image1qdw		1 Larkins Bakery Homemade Baking Mona de pascua	47	
7	http://www.larkinsbakery.com/#!cupcakes-de-zanahoria/zoom/mainPage/image...		1 Larkins Bakery Homemade Baking Cupcakes de zanahoria	54	
8	http://www.larkinsbakery.com/#!bizcocho-de-halloween/zoom/mainPage/image...		1 Larkins Bakery Homemade Baking Bizcocho de Halloween	54	
9	http://www.larkinsbakery.com/#!pastel-de-rosas/zoom/mainPage/image121y		1 Larkins Bakery Homemade Baking Pastel de rosas	48	
10	http://www.larkinsbakery.com/#!pastel-de-merengue-suizo-de-fresa/zoom/mai...		1 Larkins Bakery Homemade Baking Pastel de merengue suizo de...	66	
11	http://www.larkinsbakery.com/#!brownies-con-glaseado-de-chocolate/zoom/ma...		1 Larkins Bakery Homemade Baking Brownies con glaseado de ch...	67	
12	http://www.larkinsbakery.com/#!galletas-de-boda/zoom/mainPage/image9h		1 Larkins Bakery Homemade Baking Galletas de boda	49	
13	http://www.larkinsbakery.com/#!muffins-de-chufa/zoom/mainPage/image1shl		1 Larkins Bakery Homemade Baking Muffins de chufa	49	
14	http://www.larkinsbakery.com/#!untitled/zoom/mainPage/image219a		1 Larkins Bakery Homemade Baking	30	
15	http://www.larkinsbakery.com/#!sniderman/zoom/mainPage/image1i		1 Larkins Bakery Homemade Baking Sniderman	42	

Filter Total: 22

Name	Value
Address	http://www.larkinsbakery.com/
Ugly Url	http://www.larkinsbakery.com/?_escaped_fragment_ =
Status Code	200
Status	OK
Content	text/html; charset=UTF-8
Size	28120
Title 1	Larkins Bakery Homemade Baking
Meta Description 1	Postres y pasteles caseros personalizados, productos veganos y pensados para intolerantes a la lactosa y el gluten, cursos de cocina...
H1-1	¡Date un dulce
H2-1	PRÓXIMAMENTE
H2-2	capricho!
Canonical Link Element 1	http://www.larkinsbakery.com/
Word Count	313
Level	0

URL Info In Links Out Links Image Info SERP Snippet



Enter url to spider:

100%

Internal External Response Codes URI Page Titles Meta Description Meta Keywords H1 H2 Images Directives AJAX Custom

Filter: All

	Address	Occurrences	Title 1	Title 1 Length	Title 1 Pixi
1	http://pastelesbarcelona.com/index.php	1	Pasteles Barcelona - Pasteles a Domicilio - Regalar Pastel - Vent...	85	
2	http://pastelesbarcelona.com/familia-19-fotografias_personalizadas.html	1	Pasteles barcelona Comprar Fotografias personalizadas Pastel...	78	
3	http://pastelesbarcelona.com/familia-32-monas_de_chocolate_2014.html	1	Pasteles barcelona Comprar Monas de chocolate pascua pasqu...	84	
4	http://pastelesbarcelona.com/producto-970-numero_de_chocolate_25_cm.html	1	Pasteles Barcelona	18	
5	http://pastelesbarcelona.com/para-8-una_merienda.html	1	Pasteles barcelona Comprar Una merienda Pasteles a Domicilio	64	
6	http://pastelesbarcelona.com/para-7-una_sorpresa_en_el_trabajo.html	1	Pasteles barcelona Comprar Una sorpresa en el trabajo Pastel...	78	
7	http://pastelesbarcelona.com/producto-976-periodico_de_chocolate.html	1	Pasteles Barcelona	18	
8	http://pastelesbarcelona.com/producto-920-huevo_de_xocolate_nº1_.html	1	Pasteles Barcelona	18	
9	http://pastelesbarcelona.com/para-17-para_tu_pareja.html	1	Pasteles barcelona Comprar Para tu pareja Pasteles a Domicilio	66	
10	http://pastelesbarcelona.com/producto-907-mona_de_chocolate_nº20º.html	1	Pasteles Barcelona	18	
11	http://pastelesbarcelona.com/producto-727-galletas_de_personajes_infantiles.html	1	Pasteles Barcelona	18	
12	http://pastelesbarcelona.com/para-20-complementar.html	1	Pasteles barcelona Comprar Complementar Pasteles a Domicilio	64	
13	http://pastelesbarcelona.com/producto-812-caja_bombon_artesano_.html	1	Pasteles Barcelona	18	
14	http://pastelesbarcelona.com/producto-564-tarta_de_manzana.html	1	Pasteles Barcelona	18	
15	http://pastelesbarcelona.com/producto-1002-pelota_de_futbol_xocolate_blanco.html	1	Pasteles Barcelona	18	

Filter Total: 269

Name	Value
Address	http://pastelesbarcelona.com/index.php
Status Code	200
Status	OK
Content	text/html; charset=ISO-8859-1
Size	43825
Title 1	Pasteles Barcelona - Pasteles a Domicilio - Regalar Pastel - Venta online de pasteles
Meta Description 1	Pasteles Barcelona. Servimos pasteles a domicilio, pasteles de todos los tipos, personalizados, infantiles, para adultos. También se pu...
H1-1	Nuestros Pasteles
Word Count	483
Level	0
Inlinks	269
Outlinks	152



Enter url to spider:

Internal External Response Codes URI Page Titles Meta Description Meta Keywords H1 H2 Images Directives AJAX Custom

Filter: All

	Address	Occurrences	Title 1	Title 1 Length	Title 1 Pixi
1	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/		1 Petite Cerise	13	
2	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2013_06_01_archive.html		1 Petite Cerise: juny 2013	24	
3	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2013/09/back-to-school.html		1 Petite Cerise: Back to school	29	
4	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2013/09/receta-petite-cerise.html		1 Petite Cerise: Receta: Petite Cerise	36	
5	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2013/06/passtis-dolca-picarol.html		1 Petite Cerise: Passtís Dolça Picarol	36	
6	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2013/06/tarta-mic.html		1 Petite Cerise: Tarta Mic	24	
7	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2013/12/tu-bakery-juicio.html		1 Petite Cerise: Tu Bakery a juicio	33	
8	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2012_07_01_archive.html		1 Petite Cerise: juliol 2012	26	
9	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2012/07/la-euroque.html		1 Petite Cerise: La Euroque?	26	
10	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2013/06/kitty-finanzas.html		1 Petite Cerise: Kitty finanzas	29	
11	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2012_02_01_archive.html		1 Petite Cerise: febrer 2012	26	
12	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2012/07/otro-frikicumple.html		1 Petite Cerise: Otro frikicumple	31	
13	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/p/servicios.html		1 Petite Cerise: Sobre mi	23	
14	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/p/servicios_4.html		1 Petite Cerise: Servicios	24	
15	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/2013/08/tarta-submarinismo.html		1 Petite Cerise: Tarta Submarinismo	33	

Filter Total: 50

Name	Value
Address	http://petitecerisebakery.blogspot.com.es/
Status Code	200
Status	OK
Content	text/html; charset=UTF-8
Size	150189
Title 1	Petite Cerise
H2-1	Pàgines
H2-2	dilluns, 2 juny de 2014
Canonical Link Element 1	http://petitecerisebakery.blogspot.com/
Word Count	3400
Level	0
Inlinks	156
Outlinks	58

URL Info In Links Out Links Image Info SERP Snippet



Enter url to spider:

Internal External Response Codes URI Page Titles Meta Description Meta Keywords H1 H2 Images Directives AJAX Custom

Filter: All

	Address	Occurrences	Title 1	Title 1 Length	Title 1 Pixi
1	http://www.ponquecitosandcakes.com/	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	94	
2	http://www.ponquecitosandcakes.com/2014/06/curso-cake-dog-esculturas-en-...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	135	
3	http://www.ponquecitosandcakes.com/2014/06/tarta-marilyn-pintada-con-aero...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	133	
4	http://www.ponquecitosandcakes.com/2014/04/curso-de-aerografia-sobre-fon...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	129	
5	http://www.ponquecitosandcakes.com/2008/05/solicita-tu-presupuesto-barcelo...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	94	
6	http://www.ponquecitosandcakes.com/2014/03/arte-en-azucar-tartas-pintadas...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	132	
7	http://www.ponquecitosandcakes.com/2009/11/para-15-anos-bodas-fiestas-in...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	94	
8	http://www.ponquecitosandcakes.com/2014/03/topsy-turvy-cake-al-estilo-vinta...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	130	
9	http://www.ponquecitosandcakes.com/2009/12/curso-taller-de-cupcakes-tartas...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	94	
10	http://www.ponquecitosandcakes.com/2014/05/tarta-bolso-lv-para-nora.html	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	120	
11	http://www.ponquecitosandcakes.com/2014/06/tarta-escultura-dark-vaider-gu...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	148	
12	http://www.ponquecitosandcakes.com/2014/05/clase-magistral-de-tartas-de-b...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	154	
13	http://www.ponquecitosandcakes.com/2009/10/celebrando-con-galea.html	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	115	
14	http://www.ponquecitosandcakes.com/2014/03/tarta-gato-y-pajarito-nuevo-cur...	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	147	
15	http://www.ponquecitosandcakes.com/2009/11/pastel-al-estilo-hanna-montana	1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos...	127	

Filter Total: 32

Name	Value
Address	http://www.ponquecitosandcakes.com/
Status Code	200
Status	OK
Content	text/html; charset=UTF-8
Size	98760
Title 1	Tartas Barcelona / Ponquecitos and Cakes / Pasteles / Pastissos / Galletas y Cupcakes / Cursos
H2-1	
H2-2	COPYRIGHT . PONQUECITOS and CAKES. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS
Canonical Link Element 1	http://www.ponquecitosandcakes.com/
Word Count	1078
Level	0
Inlinks	98
Outlinks	58

URL Info In Links Out Links Image Info SERP Snippet



Enter url to spider:

Internal External Response Codes URI Page Titles Meta Description Meta Keywords H1 H2 Images Directives AJAX Custom

Filter: All

	Address	Occurrences	Title 1	Title 1 Length	Title 1 Pixel V
1	http://www.switis.es/		1 pasteles originales y pasteles personalizados en Barcelona	58	
2	http://www.switis.es/prensa/		1 Prensa	8	
3	http://www.switis.es/productos/cupcakes/		1 Cupcakes & Complementos	25	
4	http://www.switis.es/para-que/bodas-y-celebraciones/		1 Bodas y Celebraciones	23	
5	http://www.switis.es/faq/		1 FAQ	5	
6	http://www.switis.es/para-que/motivos/		1 + Motivos	11	
7	http://www.switis.es/condiciones-servicio/		1 Condiciones Servicio	22	
8	http://www.switis.es/productos/tartas/		1 Tartas	8	
9	http://www.switis.es/productos/		1 Productos	11	
10	http://www.switis.es/pedidos/		1 Pedidos	9	
11	http://www.switis.es/conocenos/		1 Conócenos	11	
12	http://www.switis.es/para-que/		1 ¿Para qué?	12	
13	http://www.switis.es/para-que/infantil/		1 Infantil	10	

Filter Total: 13

Name	Value
Address	http://www.switis.es/
Status Code	200
Status	OK
Content	text/html; charset=UTF-8
Size	14771
Title 1	pasteles originales y pasteles personalizados en Barcelona
Meta Description 1	pastelería creativa y personalizada - pasteles originales y pasteles perosnalizados para todo tipo de eventos: fiestas de cumpleaños,...
H2-1	
Canonical Link Element 1	http://www.switis.es/
Word Count	145
Level	0
Inlinks	27
Outlinks	18

URL Info In Links Out Links Image Info SERP Snippet



Enter url to spider:

Internal External Response Codes URI Page Titles Meta Description Meta Keywords H1 H2 Images Directives AJAX Custom

Filter: All

	Address	Occurrences	Title 1	Title 1 Length	Title 1 Pix
1	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1	1	Inicio	6	
2	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!repsoteria-tradicional/c1c96	1	tartopolis repostería tradicional	35	
3	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!cupcakes/c1aj8	1	tartopolis cupcakes	21	
4	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!cupcake-taza/zoom/c1aj8/image1vpd	1	tartopolis cupcake taza	25	
5	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!tartas-creativas/c1a6u	1	tartopolis Tartas creativas	29	
6	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!galeria/cee5	1	Galería	7	
7	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!mic-del-club-super-3/zoom/c1a6u/i211uq	1	tartopolis Mic del club super 3	33	
8	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!cupcakes/zoom/c1aj8/image1zi1	1	tartopolis Cupcakes	21	
9	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!tarta-gigante-con-cupcake-de-taza/zoom...	1	tartopolis tarta gigante con cupcake de taza	46	
10	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!mic-del-club-super-3/zoom/c1a6u/i0t1o	1	tartopolis Mic del club super 3	33	
11	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!ingredientes/c1qgu	1	Que Ofrecemos	13	
12	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!cupcake-de-taza/zoom/c1a6u/i21a8f	1	tartopolis cupcake de taza	28	
13	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!cupcake-de-taza/zoom/c1a6u/ilkpx	1	tartopolis cupcake de taza	28	
14	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!informacion/cjg9	1	Información	11	
15	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1#!contacto/cfua	1	Fróntic Tartópolis	17	

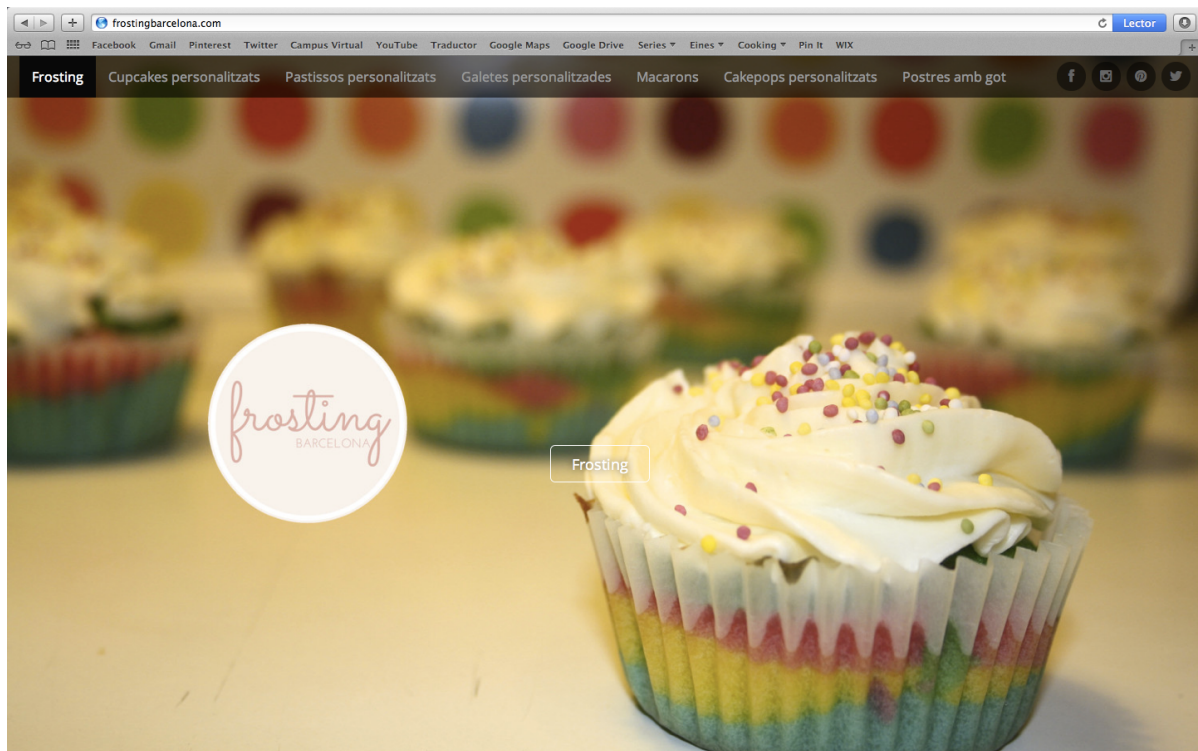
Filter Total: 26

Name	Value
Address	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1
Ugly Url	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1?_escaped_fragment_ =
Status Code	200
Status	OK
Content	text/html; charset=UTF-8
Size	13894
Title 1	Inicio
Meta Description 1	Somos Tartópolis ,la ciudad de las tartas. Un lugar donde encontrarás tartas creativas, cupcakes ,repostería tradicional y repostería er...
H2-1	Tartópolis
Canonical Link Element 1	http://tartopolis.wix.com/tartopolis1
Word Count	165
Level	0
Inlinks	12
Outlinks	20

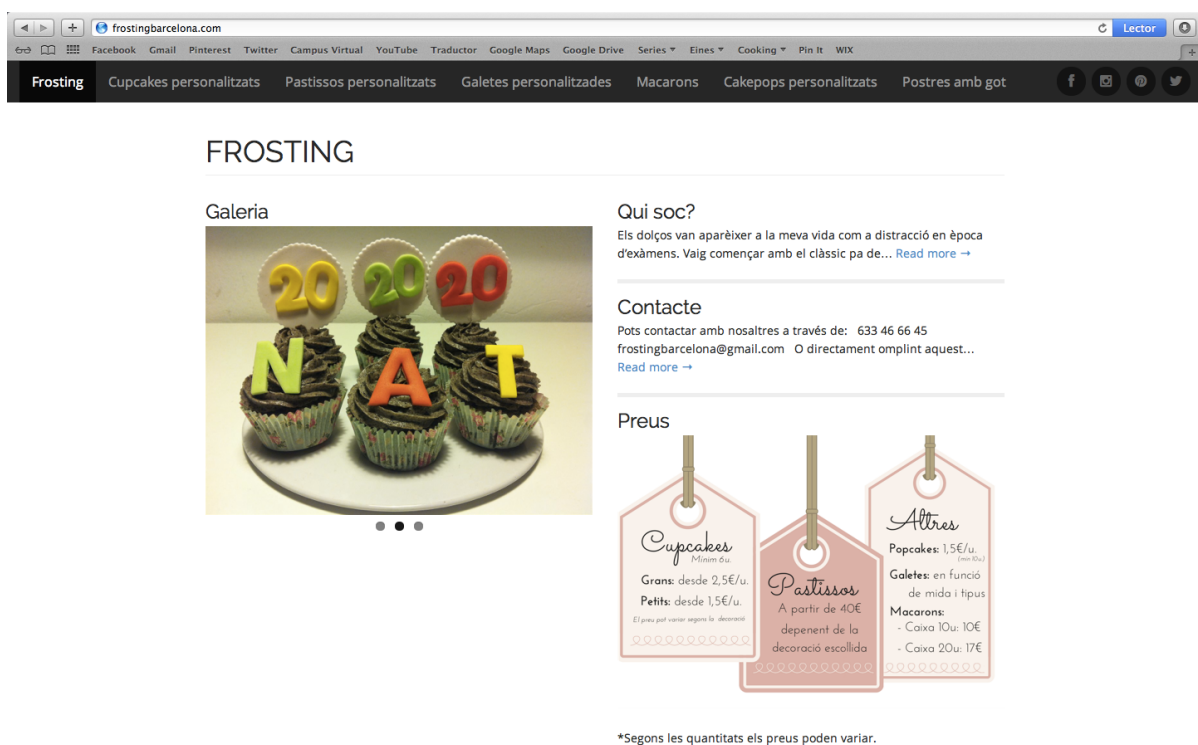
URL Info In Links Out Links Image Info SERP Snippet



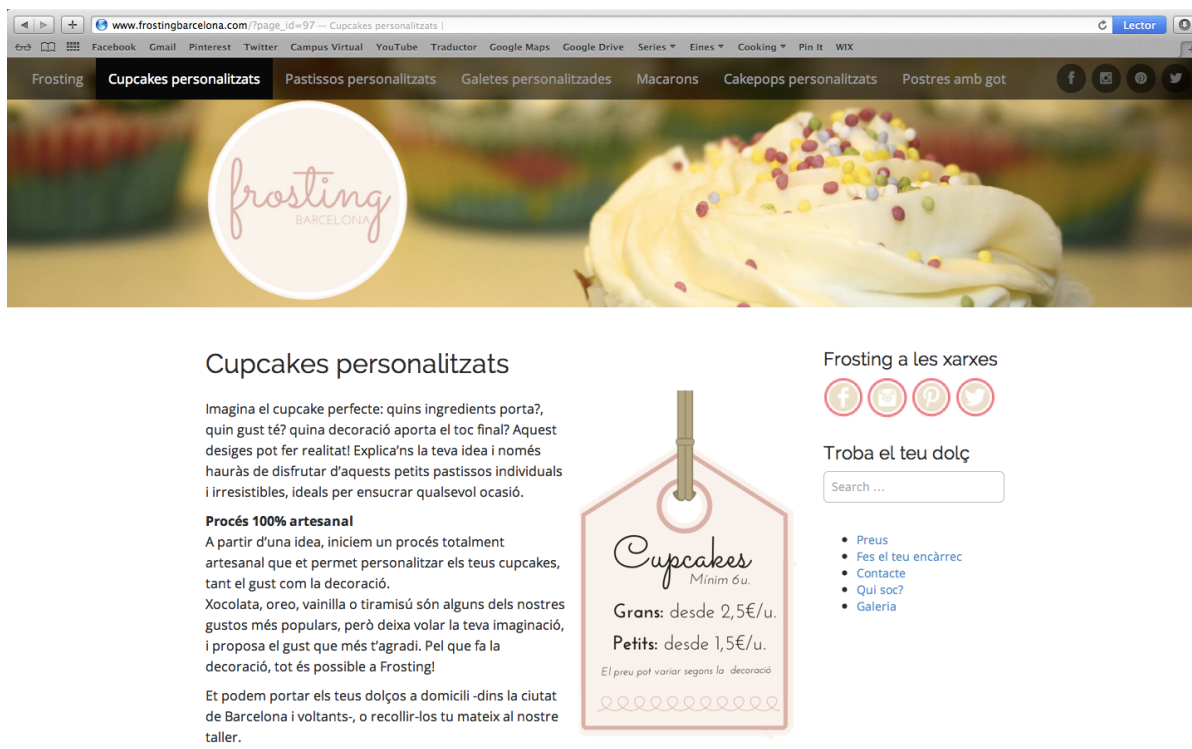
Annex 2. Disseny web desestimat



Home



Part inferior de la home



Pàgina de producte

Annex 3. Logos desestimats

