

LAB Business & Marketing

El Blog Profesional de la
Venta en Laboratorio

Competencias Digitales del Sector Distribución

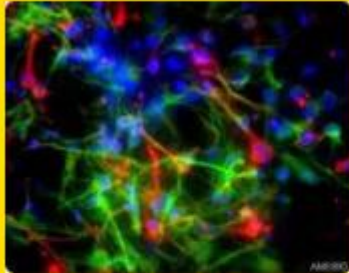
-Enero 2016-

Las competencias Digitales de una empresa van mucho más allá de disponer de una buena web, y afectan a la concepción de toda la cadena de valor de la empresa, y de manera muy especial a la recogida y tratamiento de la INFORMACIÓN, y la relación con sus clientes.

En este whitepaper no tratamos de descubrir si las empresas del sector disponen de un buen ERP, CRM, sistemas de comunicación interno, Redes Sociales in-company, o Business Intelligence para el tratamiento de la información

“Competencias Digitales del Sector Distribución” pretende evaluar el estado de adopción de ciertas herramientas de marketing y comunicación digital, y su nivel de efectividad

- 1. Objetivo del Estudio**
- 2. Metodología**
 - Tipos de Empresa
 - Segmentos empresariales
- 3. Ranking en Alexa**
- 4. Actividades Clave. Definición**
- 5. Redes Sociales**
 - LinkedIn
 - Twitter
 - Facebook
 - Youtube
 - Pinterest e Instagram
- 6. e-commerce**
- 7. Blog Corporativo**
- 8. SEM**
- 9. Marketplaces**
- 10. Apps móviles**
- 11. Conclusiones**
- 12. Anexos**



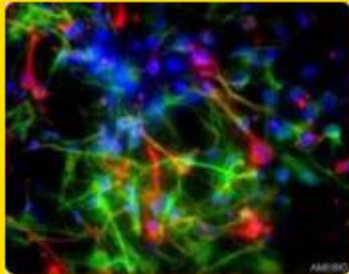
LAB Business & Marketing

El Blog Profesional de la
Venta en Laboratorio

Objetivos del Estudio

Objetivos del Estudio

- ✓ Analizar la situación del sector **Importación de Material Laboratorio** en el entorno digital
- ✓ Estudiar las **mejores prácticas digitales** dentro del Sector
- ✓ Evaluar el **grado de adopción de herramientas digitales** por las empresas del sector
- ✓ Detectar **tendencias** en el sector y rasgos comunes
- ✓ Establecer **un ranking de empresas** en función del grado de adopción de herramientas digitales o de su éxito



LAB Business & Marketing

El Blog Profesional de la
Venta en Laboratorio

Metodología

-TIPOS DE EMPRESA-

El alcance de este whitepaper son **Empresas Españolas Importadoras de material de Laboratorio, que hacen un total de 65.**

Desechamos aquellas que sean fabricantes o bien meros distribuidores,

Son excepciones aquellas empresas españolas que por su entidad, a pesar de no ser netamente importadoras, se comportan como grandes players del sector Distribución, como Vidrafoc.

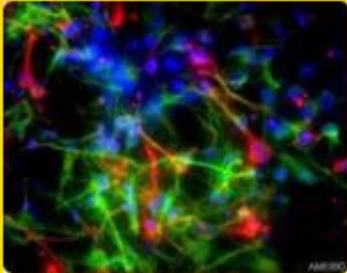
Son también excepciones fabricantes que han trascendido su perfil manufacturero y son grandes distribuidores como Scharlab o Auxilab.

-SEGMENTACIÓN-

1. **Empresas BIO:** son compañías muy nicho en el sector BIO con un alto contenido de bioreactivos en su porfolio.
2. **Empresas Generalistas** o de Instrumentación: El grueso de las empresas del sector laboratorio en España. No incluye empresas del sector médico o 100% diagnóstico.
3. **Grandes Distribuidores de Catálogo:** También llamados Catalogue Vendor, One-stop-shops o Distribuidores Integrales.
4. **Ensayos Físicos u Ópticos.**

-MÉTRICAS-

- ✓ Las cifras aquí recogidas, tanto el ranking en Alexa, el número de seguidores en una Red Social, así como el número de visualizaciones de un canal de Youtube, o el número de tweets y *me gustas* son la imagen y foto fija del día en que se recogieron.
- ✓ Estas cifras cambian de un día a otro, y nunca serán igual. No pretenden ser más que una herramienta comparativa entre empresas para estudiar globalmente a este mercado.



LAB Business & Marketing

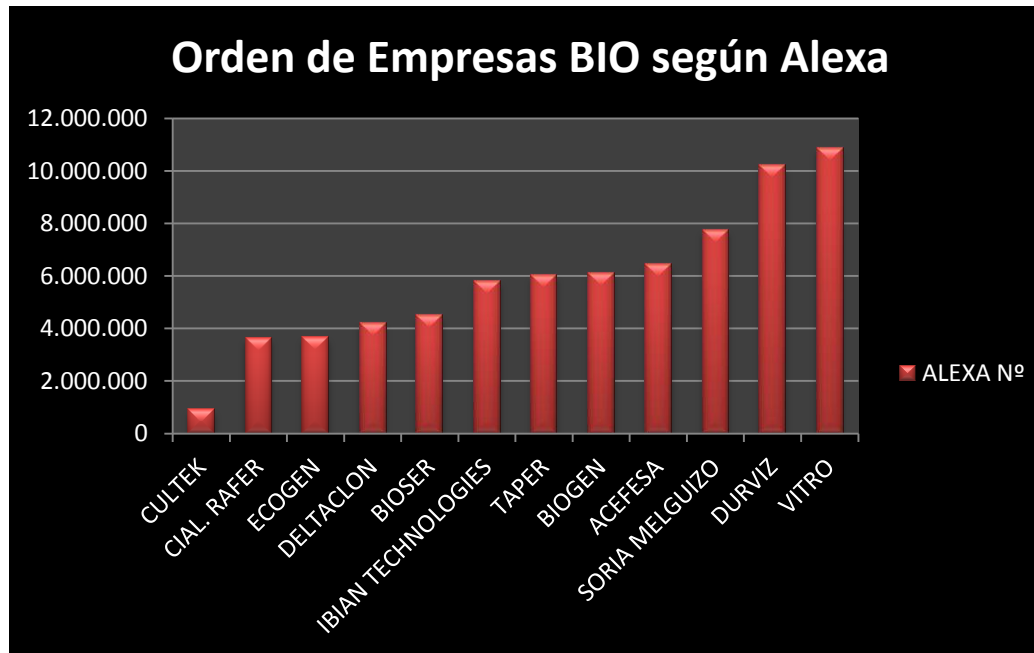
El Blog Profesional de la
Venta en Laboratorio

Ranking en Alexa

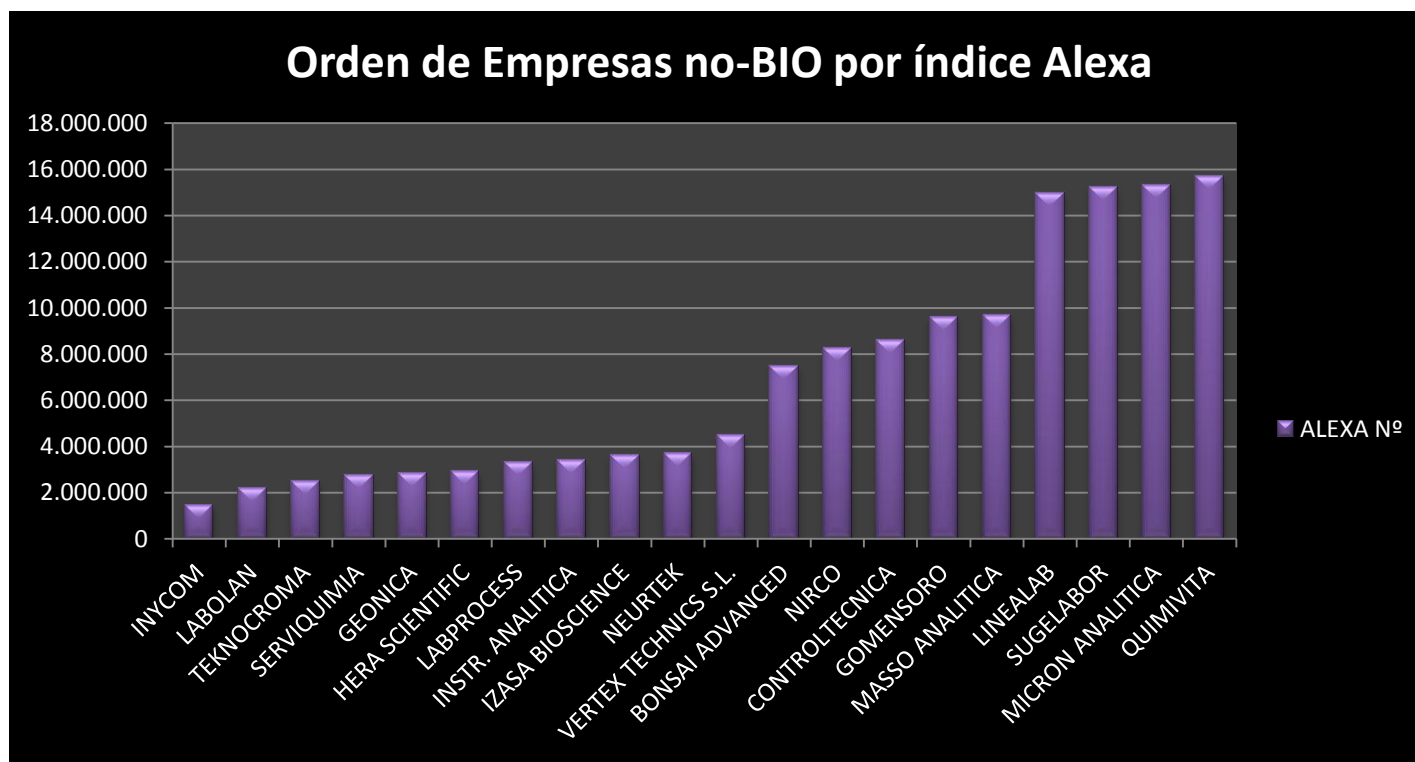
Ranking en Alexa

- ✓ Existen múltiples índices online gratuitos que informan del nivel de visibilidad de una página web a nivel mundial o nacional.
- ✓ Para este estudio hemos contado con la ayuda de Alexa, una plataforma propiedad de Amazon, que como todas las demás tienen un gran sesgo dependiendo del momento en que se recoge el índice.
- ✓ El índice de Alexa nos permite una valoración cualitativa para establecer un orden de empresas.
- ✓ Un número bajo de Alexa es positivo porque indica que la web “se ve mucho”
- ✓ Este índice puede bajar o subir mucho de un mes a otro si la web es completamente reestructurada, y también debido al orden de todas las demás páginas web mundiales.

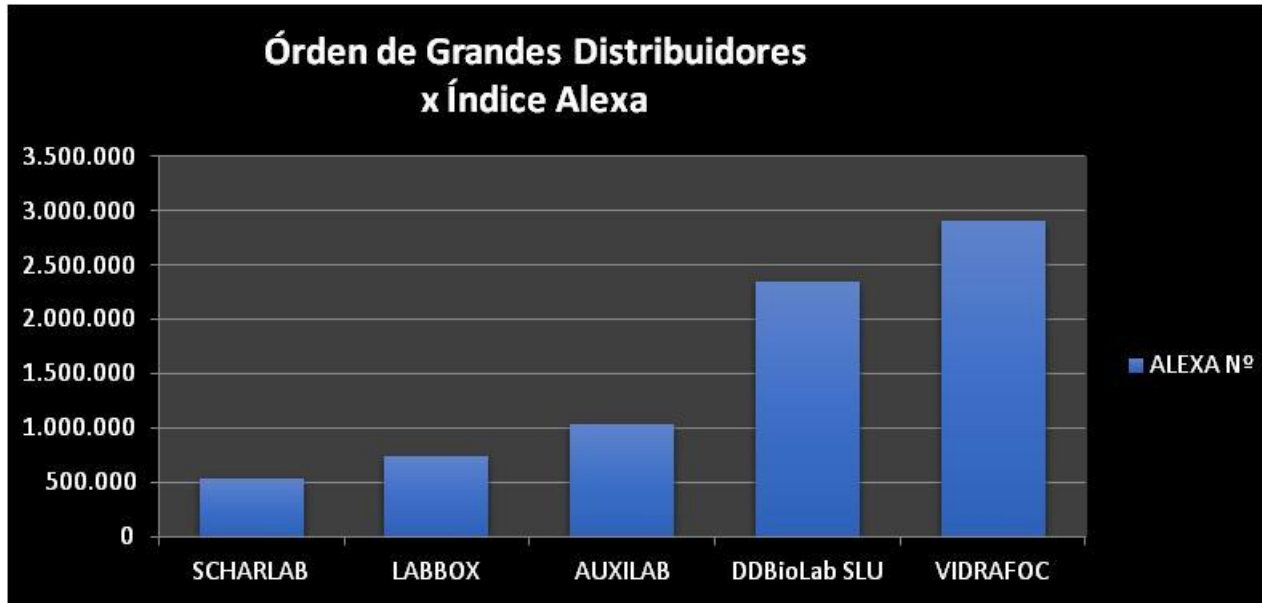




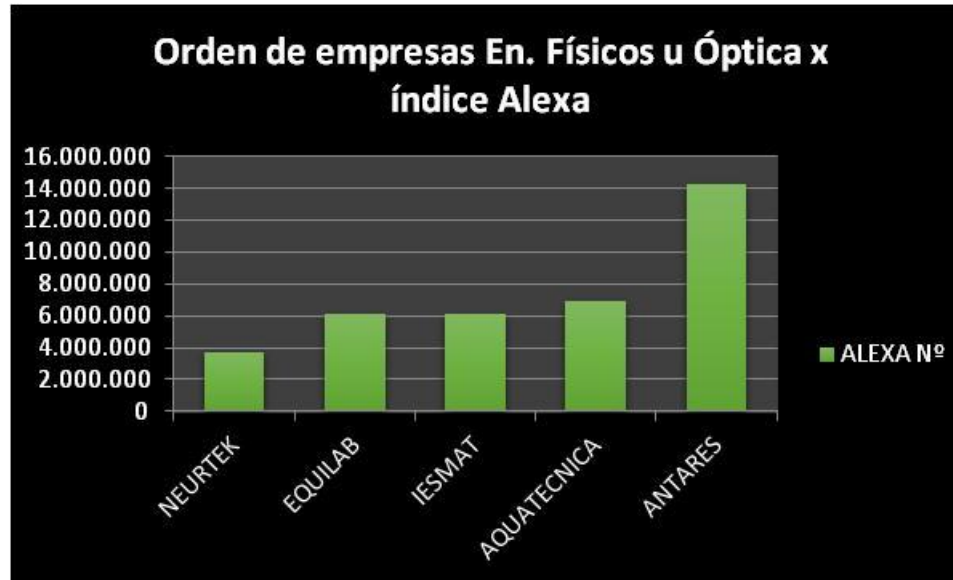
- ✓ Las siguientes empresas no han podido ser analizadas porque Alexa no es capaz de indexarlas...:
Nucliber, Bionova Científica, Quimigen, Labclinics, AttendBio y Diffractia
- ✓ La empresa Cultek, es con diferencia la mejor posicionada por la herramienta Alexa, seguida de Comercial Rafer y Ecogen, con puestos mundiales respectivamente de 906.913, 3.606.826 y 3.649.033



- ✓ Las siguientes empresas no han podido ser analizadas porque Alexa no es capaz de indexarlas.: **Steriltech, Comercial Auquime, Bonsai Lab, Labnet, Net Interlab, Microbeam, Agem, Genesys Instrumentación, Iberlabo, A-ZLAB, SYMTA, TDI, IFI e Iberica Vacuum.**
- ✓ Las 3 mejor posicionadas son Instrumentación y Componentes, Labolan, y Teknokroma.
- ✓ Hay **3 claros escalones**; hasta la posición 4M, entre 7 y 10Millones, y los más retrasados, por encima de la posición 14M,



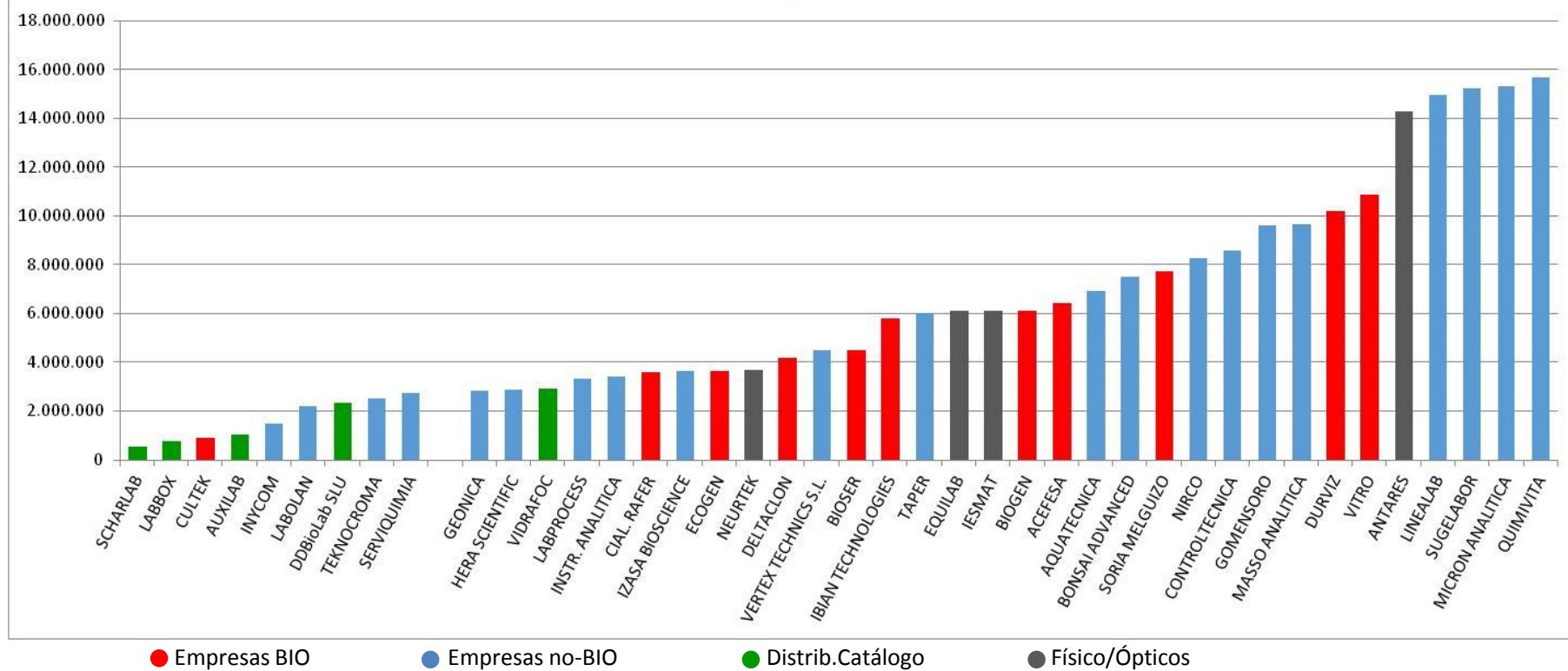
✓ Las empresa Sinerlab no ha podido ser analizada porque Alexa no es capaz de indexarla.



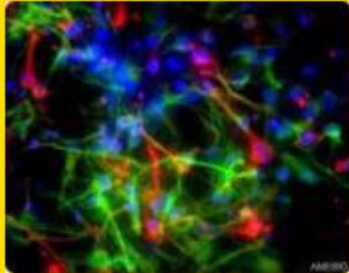
✓ Las **empresas Irida Iberica, Monocomp Instrumentación, y Biometa** no han podido ser analizadas porque Alexa no es capaz de indexarlas.

Ranking en Alexa

Orden Global de Empresas x Índice Alexa



- ✓ El “Top Ten” de Alexa está conformado por 4 grandes Empresas de Catálogo, 1 empresa BIO, y 5 Empresas no BIO. Las 2 mejor posicionadas son **Scharlab y Labbox**; empresas que, aunque españolas exportan o tienen partners internacionales, lo cual justifica un índice internacional alto, como es Alexa .
- ✓ No parece existir una regla que dicte esta distribución y solo podríamos sacar la conclusión de que los grandes distribuidores lideran el índice Alexa.



LAB Business & Marketing

El Blog Profesional de la
Venta en Laboratorio

Actividades Clave



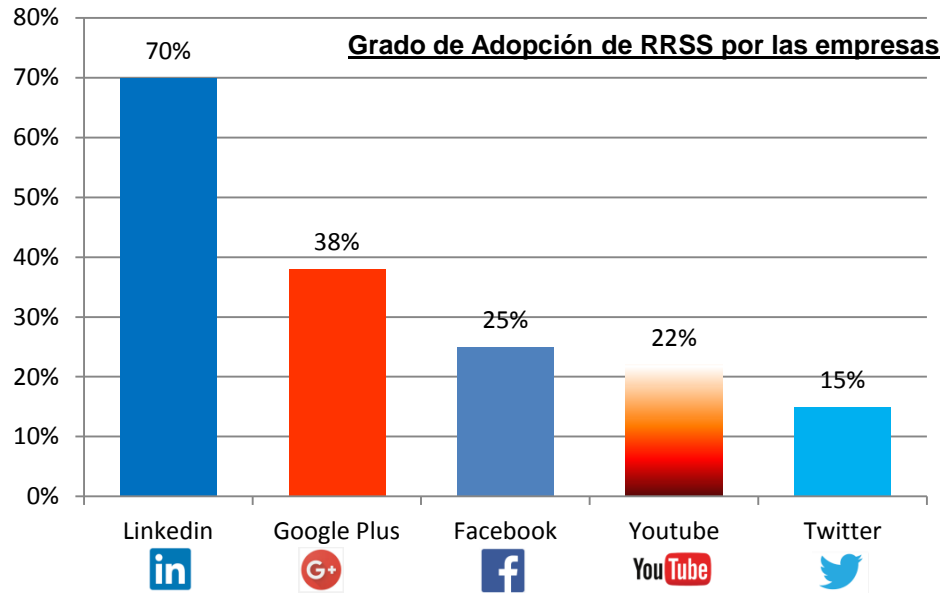
- ✓ Así como el ranking de Alexa nos da una idea de la visibilidad del perfil digital de la empresa, hay una serie de actividades clave que nos permiten evaluar globalmente el grado de competencia de la empresa al valorar su presencia digital.
- ✓ Hemos elegido las siguientes **Actividades Clave**
 - Actividad en Redes Sociales
 - e-commerce
 - Posesión de un Blog activo
 - SEM. Básicamente Adwords
 - Presencia en Marketplaces
 - Posesión de apps móviles
- ✓ A continuación evaluamos cada una de esta actividades clave, deteniéndonos especialmente en las Redes Sociales, debido a su profusión y variedad.



Actividades Clave 1

Redes Sociales

Las redes sociales adoptadas por este sector son en orden decreciente **Linkedin, Google Plus, Facebook, Youtube, y Twitter.**



- ✓ Sólo 1 empresa dispone de perfil en **Pinterest**; Bioser
- ✓ Sólo 1 empresa dispone de perfil en **Vimeo**; Izasa
- ✓ Ninguna empresa dispone de perfil en **Instagram**.

- ✓ Es reseñable que **21 empresas del total de 65 analizadas** no cuentan con perfil en ninguna Red Social; Acefesa, Quimigen, Attendbio, Agem, Serviquimia, Linealab, TDI, Bonsailab, IFI, Labolan, Geonica, Quimivita, Micron Analitica, Hera Scientific, Sinerlab, Iesmat , A-ZLAB, Iberlabo, Deltaclon y Biometra. Este grupo de empresas son un **32% del total**
- ✓ Con presencia en las 5 RRSS más habituales sólo hay 5 empresas: **Durviz, Neurtek, Controltecnica, Equilab y Scharlab**



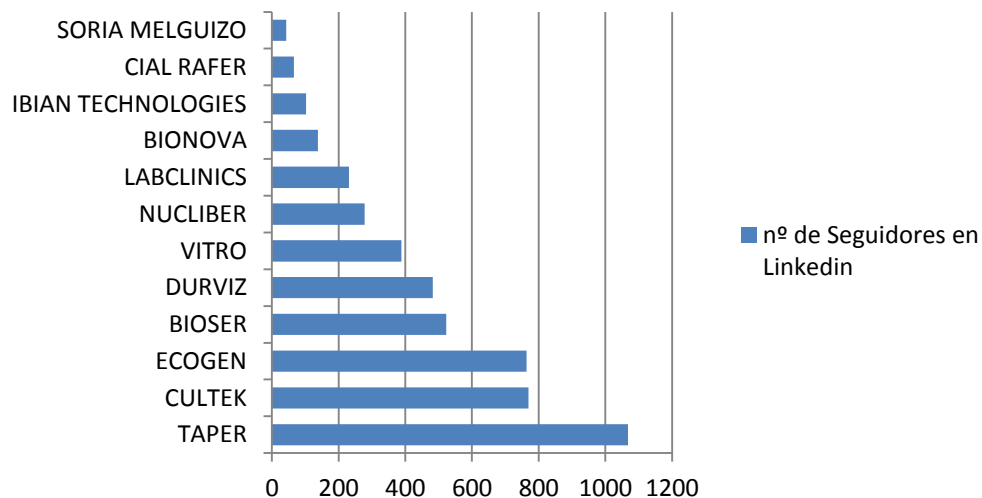
- ✓ El % más alto de adopción es un máximo de **2 RRSS**, con el 25%.



LINKEDIN en EMPRESAS BIO

- ✓ El 70% de las empresas BIO tienen perfil en LinkedIn
- ✓ El grupo Taper tiene una gran actividad, y syndica contenidos de su Blog, pero también hace muchas menciones a producto. Fundamentalmente provienen del Blog

Empresas BIO en LinkedIn



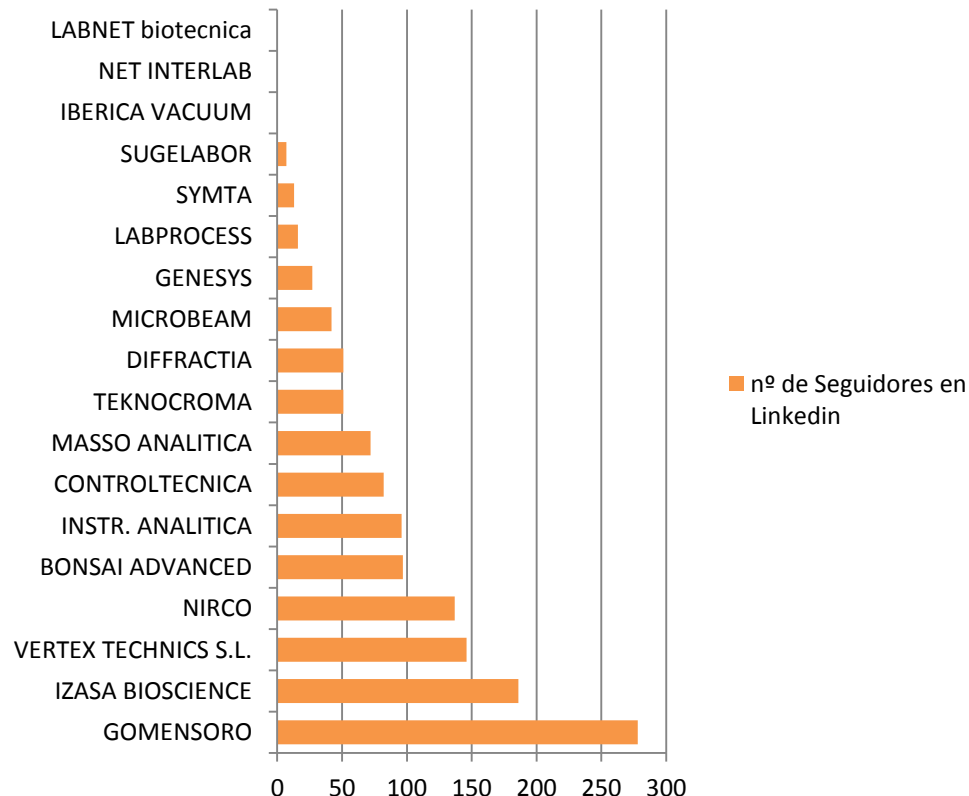
- ✓ La empresa Inycom dispone de perfil pero sólo para su negocio informático



LINKEDIN en EMPRESAS no BIO

- ✓ El 45% de las empresas no-Bio están en LinkedIn
- ✓ El grado de adopción es muy inferior al mundo BIO. Pero también es inferior el éxito.
- ✓ La empresa con más seguidores es Gomensoro, que dispone de 278 seguidores, la 5ª parte que el mejor posicionado en el segmento BIO.

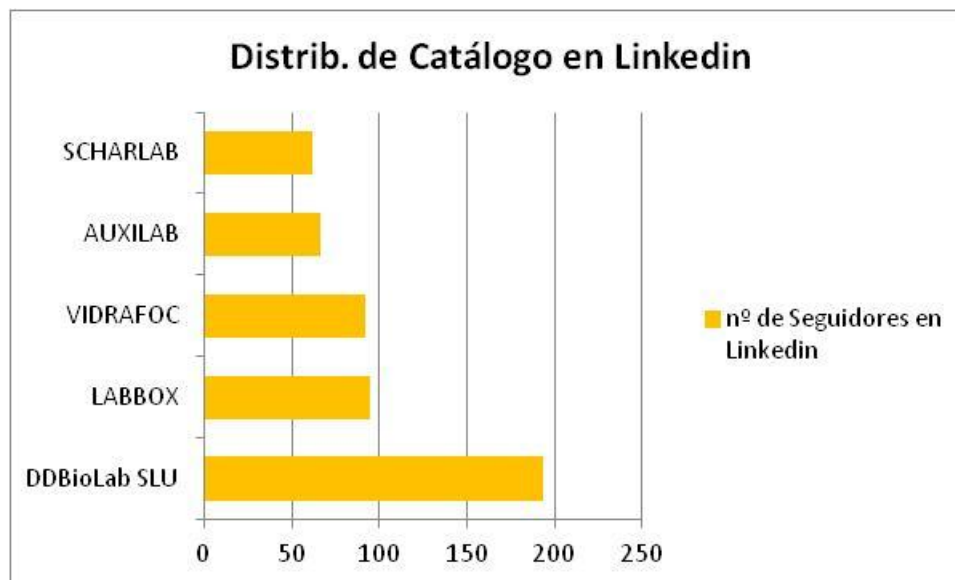
Empresas no BIO en LinkedIn





LINKEDIN en DISTRIB. DE CATÁLOGO

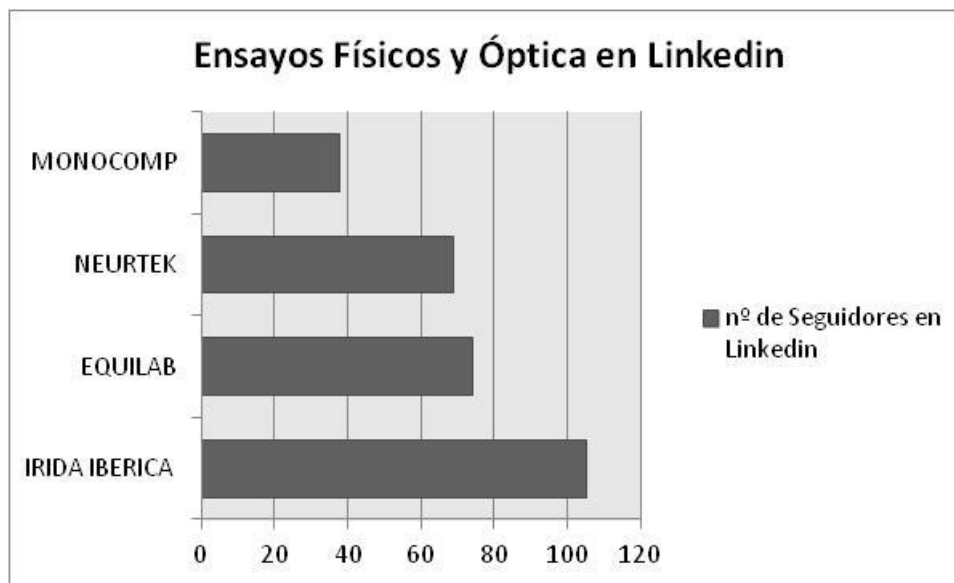
- ✓ De las 6 empresas la única que no tiene perfil en LinkedIn es **Grupo Sinerlab**. El grado de adopción es similar a las empresas generalistas de laboratorio





LINKEDIN

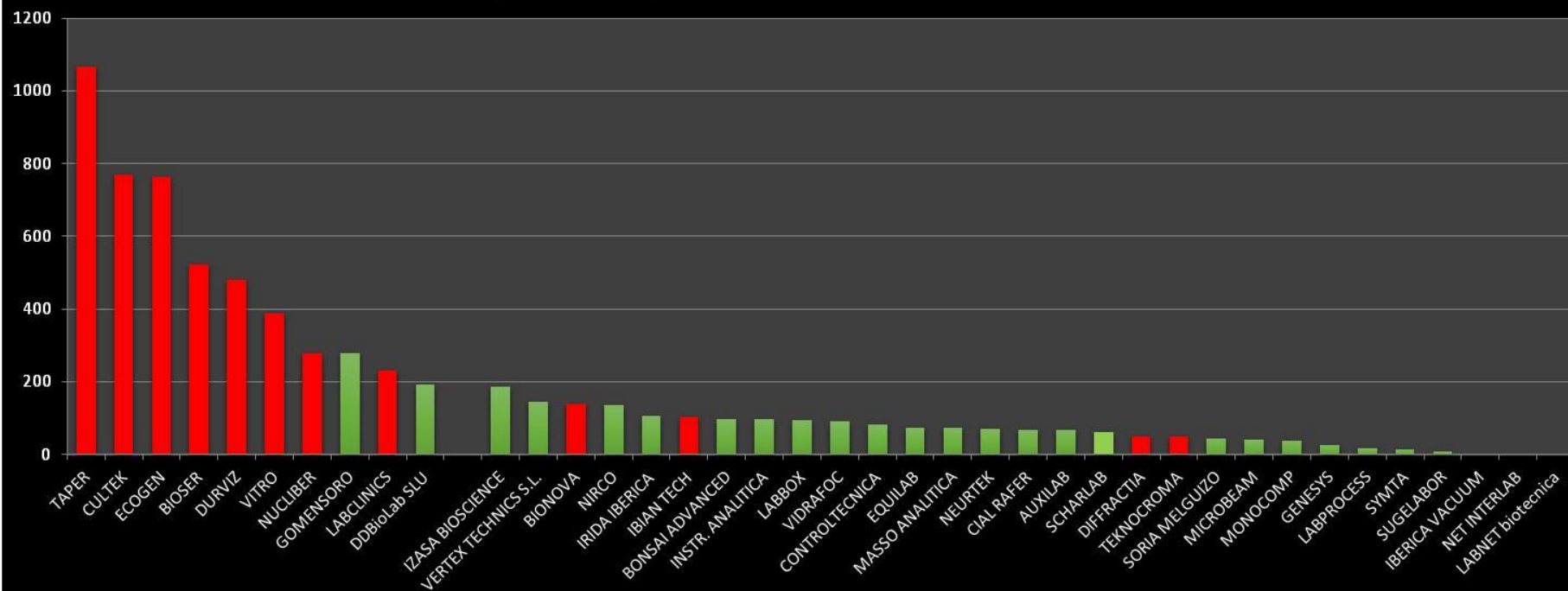
- ✓ Sólo el 43% de las empresas de ensayos Físicos y/u Ópticos dispone de perfil en LinkedIn
- ✓ Ni Biometra, Aquatecnica, Antares Instrumentación o Ilesmat están presentes en la Red Social.





- ✓ Queda claro el predominio en empresas BIO con perfil en LinkedIn.
- ✓ De entre las "Top ten" sólo hay dos empresas de otro segmento.

Seguidores en perfiles de LinkedIn "todo el Sector"



● Empresas BIO

● Resto de Empresas



Conclusiones

- ✓ Es la Red Social de más éxito en el ámbito de estudio, y especialmente en el ámbito BIO.
- ✓ Pese a ello se perciben varias deficiencias en su uso



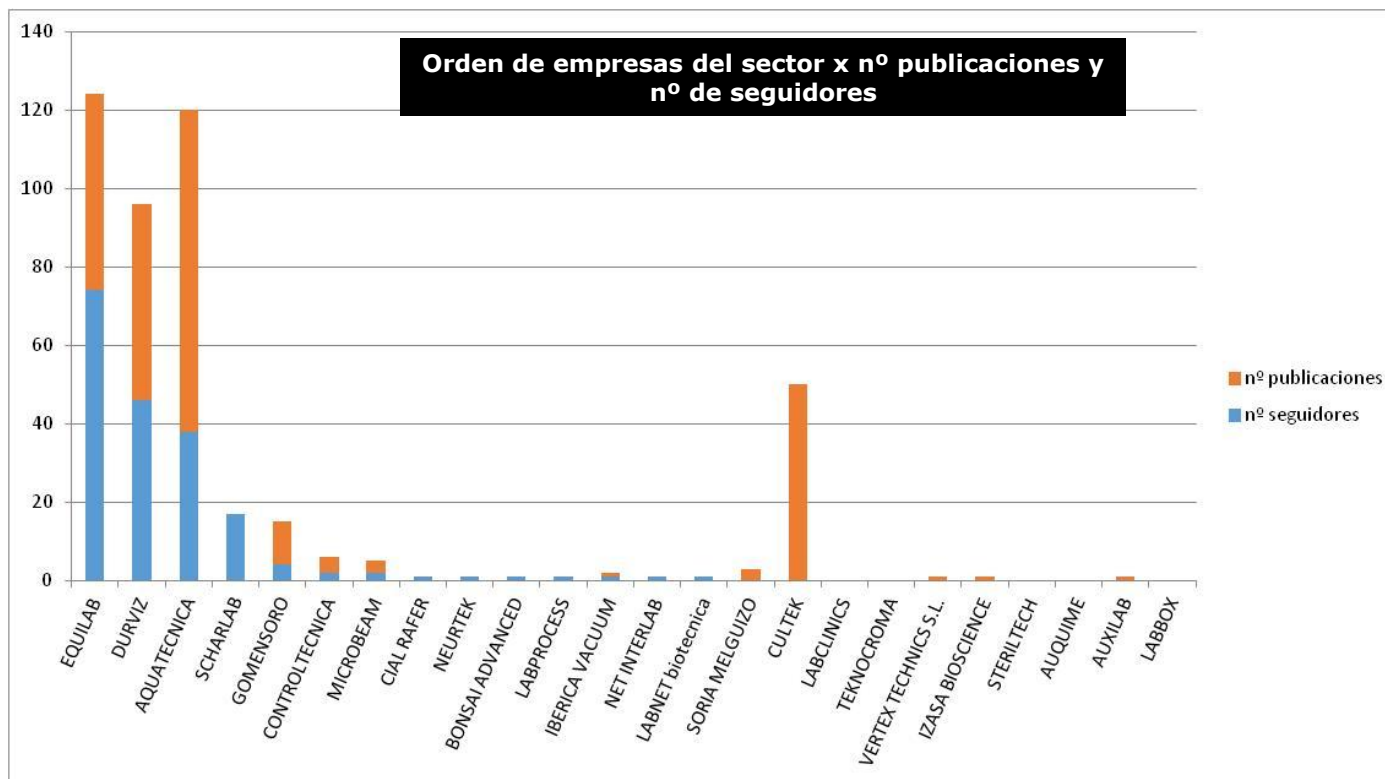
- El empleo **de Slideshare**, empresa previamente independiente, pero ahora una herramienta más de LinkedIn es mínimo. Permite colgar presentaciones seguras en la red, pero está indexadas en el perfil de LinkedIn de la empresa, con lo cual potencia el SEO en LinkedIn pero además también en Google. Solo Controltecnica e Inycom para su negocio informático lo usan.
- La mayoría de las empresas sólo publican 1 página, pero no hacen uso de los **Showcase.**, o páginas adicionales, que sirven para orientación específica a mercados o productos de la empresa. Instrumentacion Analitica sí tiene un total de 3 páginas en LinkedIn, Contrtoltecnica y Equilab 2.
- **Participación en grupos.** Para ser un interlocutor social en el ramo de interés, es necesario formar parte de grupo, y ser activo en ellos. Idealmente crar grupos de discusión liderados por los Product Manager de la empresa, el Jefe de Servicio Técnico, o incluso el CEO. Solo Taper forma parte de 1 grupo.
- Y un cúmulo de errores varios, como mantener varios perfiles de empresa, alguno de ellos claramente abandonados, publicar noticias en inglés para audiencia española y cómo no, mantener 1 sólo perfil de empresa, pero con cero actividad.



Google Plus

✓ **Equilab, Durviz y Aquatecnica** son los que guardan un mínimo equilibrio entre nº de seguidores y nº de publicaciones. Es posible que Cultek no tenga abierta la opción de seguidores.

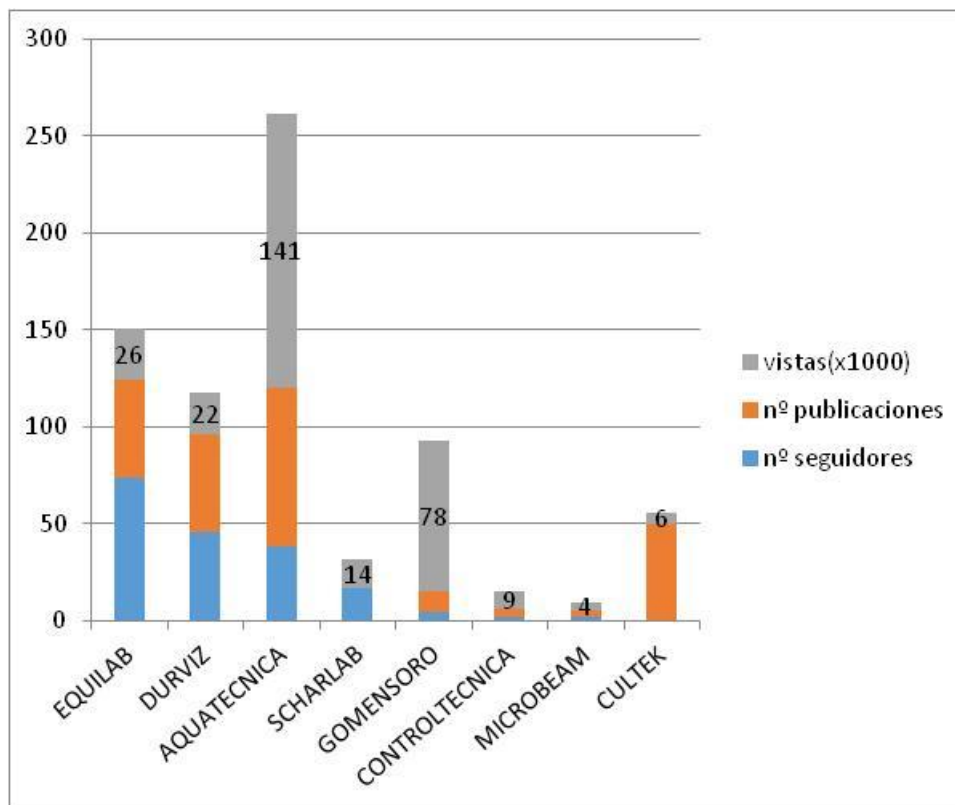
✓ El 58% de las empresas con presencia son Generalistas/Instrumentación.





Google Plus

- ✓ Si analizamos las empresas más activas en esta Red Social, y añadimos el parámetro de "Vistas", la empresa que más destaca por su equilibrio entre las 3 variables es **Aquatecnica**





Google Plus

✓ Merece la pena destacar 4 empresas por su actividad en esta Red Social: Aquateknica, Durviz y Equilab

✓ **Aquateknica** enlaza infinidad de noticias y videos relacionados con su audiencia, publicando enlaces a noticias publicas muy visuales e interesantes. Intercala posts puramente de producto, pero predomina el post dedicado a la audiencia

✓ **Durviz** enlaza muchos mensajes de su canal Bioclub Ciencia, que le hace aportar mucho contenido no comercial. Además es el único perfil en Google Plus que tiene alguna publicación compartida por usuarios

✓ Durviz mantiene 3 perfiles en Google Plus, Durviz Ciencia, Durviz Diagnóstico e Investigación, y Durviz Comercio Exterior, este último inactivo.

✓ **Equilab** basa su eficacia en publicar gran cantidad de enlaces a videos sobre el funcionamiento de todos sus instrumentos. No busca atender otros intereses de su audiencia, pero por el volumen de visualizaciones y seguidores parece que funciona.

✓ Equilab además sigue la recomendación de participar en comunidades de Google Plus que le son naturales, como Instrumentación Analítica, Lab Equipment Manufacturers, y Ciencia para humanos



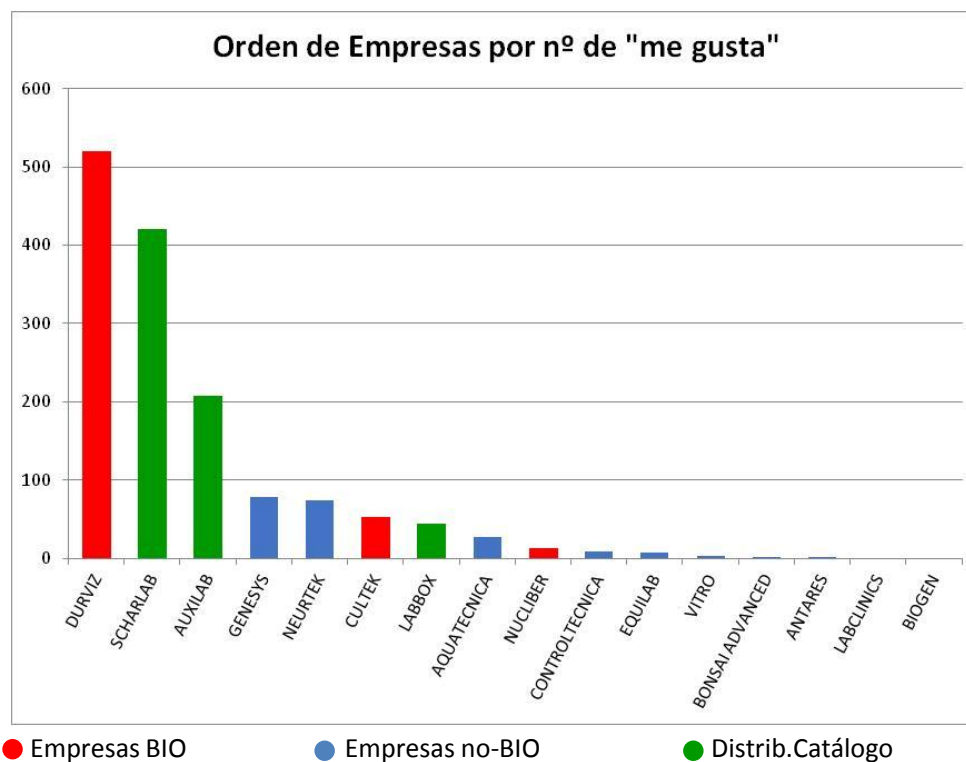
Google Plus

- ✓ En resumen, muchas empresas tienen perfil en esta Red Social por pura inercia, o porque son conscientes de que Google potencia el SEO de los portales que mantengan este perfil.
- ✓ La mayoría no lo mantienen activo, ni tienen perfil corporativo definido
- ✓ Varias empresas tienen varios perfiles, que dan lugar a error, sin ninguna publicación



Facebook

- ✓ Del total de **65 empresas analizadas sólo 16** tienen perfil en Facebook. Esto es un 25%
- ✓ De estas 16 hay 5 que no tienen ninguna actividad: Labbox, Labclinics, Biogen, Bonsai Advanced y Equilab, sencillamente, tienen un perfil de empresa en Facebook.





Facebook: Actividad más reseñable

- ✓ **Neurtek** rellena su timeline con la gran actividad de su concurso de fotos para el calendario anual. Es sin duda su principal acción de marketing en RRSS
- ✓ Destaca **Auxilab** por sus contribuciones en Responsabilidad Corporativa.
- ✓ **Durviz** emplea un tono muy coloquial en Facebook. De nuevo destaca por los contenidos de su blog y canal de twitter Biociencia que syndica en este canal. También se hace eco de muchos Eventos Mundiales.
- ✓ **Scharlab**, al igual que Neurtek con el concurso de fotos, aprovecha el tirón de su concurso de videos Lipdub.
- ✓ Estas 4 empresas hacen un uso equilibrado de producto e interés general para cliente en Facebook



Donación de material a Fundación Juan Ciudad ONGD
 Como parte de nuestra política de empresa en materia de Responsabilidad Social Corporativa, desde Auxilab realizamos de manera periódica donaciones de material a ONGs y entidades relacionadas con diversos sectores (educativo, sanitario...).

En respuesta a este compromiso, Auxilab ha realizado una donación de material de laboratorio a la ONG Juan Ciudad, tal como aparece reflejado en su revista Entretodos nº18 sobre sus actividades de cooperación internacional y desarrollo.



Ya tenemos portada del Calendario 2016 de NEURTEKI Enhorabuena Mario Higuera. Gracias a todos los participantes por hacerlo posible.



10 de Diciembre, conmemoración del Día Internacional de los Derechos Humanos y de los Animales





Twitter

- ✓ Solo **9 empresas tienen perfil en Twitter**. De ellas dos, **Durviz y Controltecnica disponen de dos canales** distintos y estudiamos los dos. Inycom dispone de dos canales más, para oferta de empleo y para su negocio informático.
- ✓ Hemos considerado como parámetros importantes el **número de Tweets retuiteados**, porque prestan información sobre el grado de influencia que generan en la audiencia
- ✓ Hemos considerado el parámetro Eficacia como el **cociente Tweets retuiteados/nº de tweets**

EMPRESA	Tweets	T. retuiteados	Eficacia
DURVIZ.eBioclub	3199	32%	1,00%
SCHARLAB	776	11%	1,42%
IZASA BIOSCIENCE	383	15%	3,92%
BIONOVA	216	13%	6,02%
INYCOM	188	47%	24,89%
DURVIZ	143	3%	2,10%
CONTROLTECNICA	123	11%	8,62%
NEURTEK	91	0%	0,00%
CONTROLT.nanodropES	58	29%	50,52%
EQUILAB	57	2%	3,07%
DIFFRACTIA	1	0%	0,00%

**Estos datos se han conseguido con una herramienta freemium en su versión gratuita, Twitonomy*

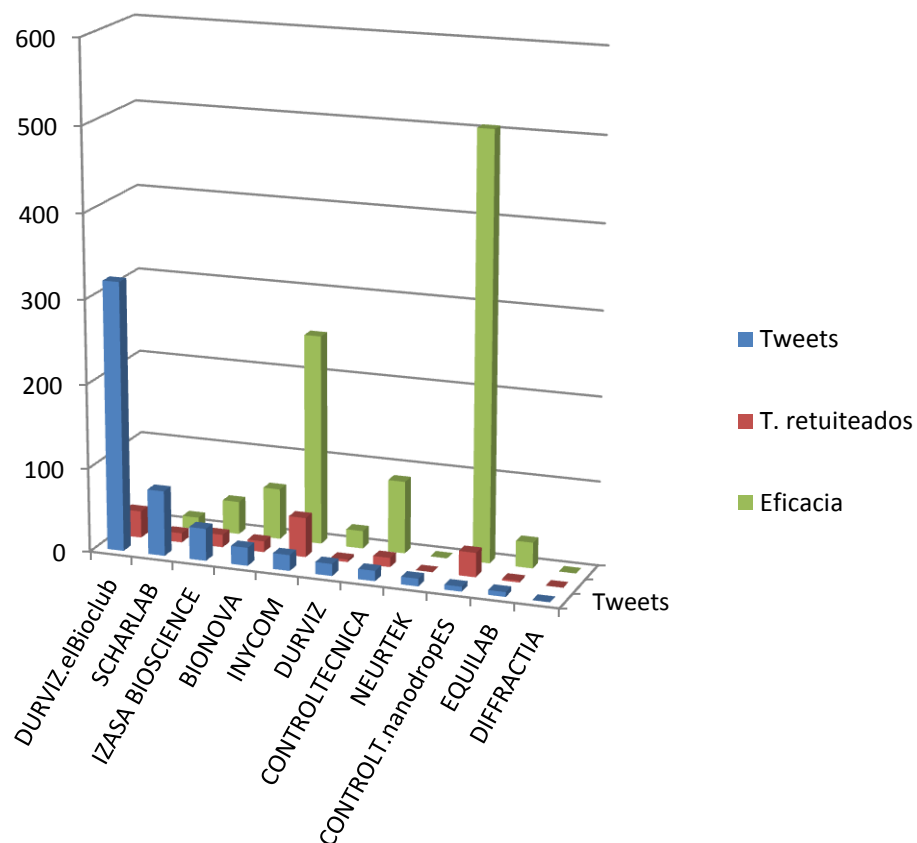


Twitter

✓ **La mayor actividad** en esta Red Social la mantiene con diferencia Durviz en su canal temático el Bioclub, actividad que mantiene durante años.

✓ **La mayor popularidad, o capacidad de influencia** parece mantenerla Instrumentación y Componentes.

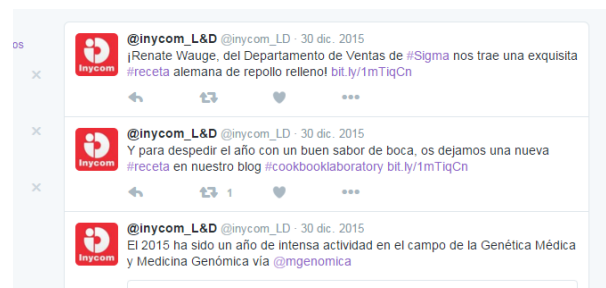
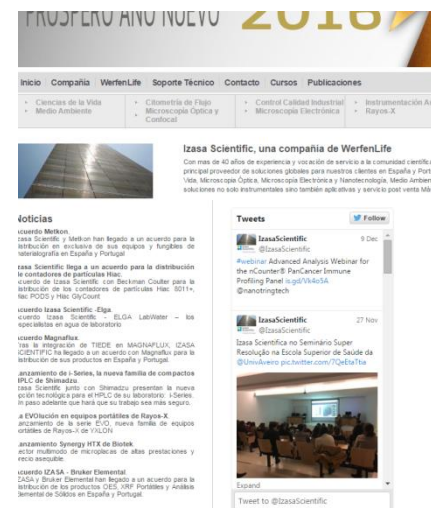
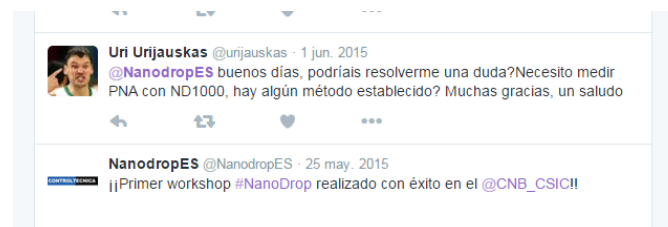
✓ Sin embargo en poco tiempo, y con un reducido nº de tweets, el que ha conseguido mayor **difusión de sus mensajes** es Controltécnica, en su comunidad NanodropES





Twitter

- ✓ El uso de twitter por empresa es variado.
- ✓ Izasa Scientific lo emplea como difusor de su agenda de eventos en los que participa, así como **RSS de noticias de empresa**. Mantiene el timeline en su web corporativa
- ✓ Controltecnica emplea su exitoso **@nanodrop.ES** para crear una comunidad en torno al millar de usuarios del instrumento en España
- ✓ Instrumentación y Componentes emplea gran cantidad de sus **post del Blog CookLaboratory** así como noticias de empresa
- ✓ Hay empresas que tienen mal direccionado su twitter, y apunta a Prestashop o simplemente tienen el icono social, pero no funciona.





Youtube

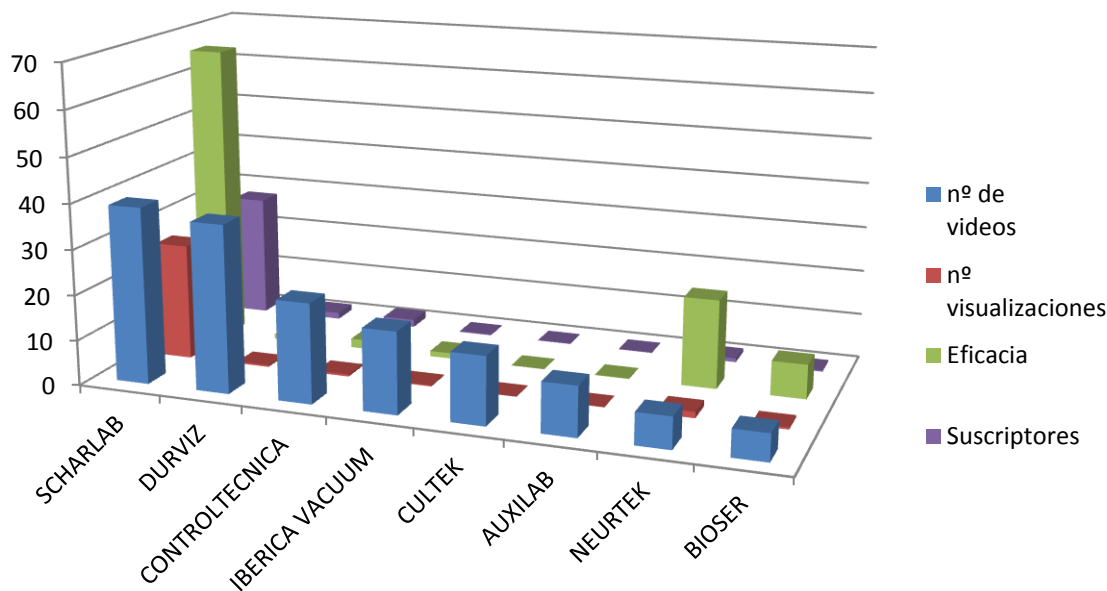
- ✓ Sólo **14 empresas** , el **22%** de las analizadas tienen presencia en Youtube
- ✓ Hay empresas como Equilab que tienen mucho éxito con sus videos, pero no dan publicidad a su canal Youtube en la web, y durante tiempo colgaban en sus RRSS los videos con el link a la web del fabricante
- ✓ Hemos estudiado el nº de videos en cada canal de empresa, el nº de visualizaciones, y el cociente visualizaciones/video como indicador de eficacia.
- ✓ En todos los parámetros es ganador Scharlab, el líder de Youtube en el sector Laboratorio.

Empresa	nº de videos	nº visualizaciones	Eficacia	nº Suscriptores
SCHARLAB	39	257.541	6.604	274
DURVIZ	37	3.548	96	14
CONTROLTECNICA	22	4.436	202	17
IBERICA VACUUM	18	2.210	123	2
CULTEK	15	38	3	1
AUXILAB	11	85	8	1
NEURTEK	7	13.788	1.970	9
BIOSER	6	4.579	763	3
MICROBEAM	5	512	102	8
LABPROCESS	3	520	173	0
EQUILAB	3	430	143	1
SORIA MELGUIZO	2	130	65	0
MASSO ANALITICA	1	44	44	0
VIDRAFOC	1	898	898	1



Youtube

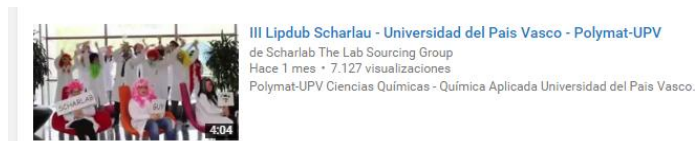
- ✓ Scharlab y Durviz mantienen un nº de videos muy similar, pero Scharlab consigue un nº de visualizaciones muy alto, y por tanto también una gran eficacia.
- ✓ El nº de visualizaciones más alto tras **Scharlab** lo aporta **Neurtek**, y de manera muy eficaz, pues consigue la segunda posición en éxito de visualizaciones.
- ✓ El nº de suscriptores es un parámetro que no parece ser crítico para la eficacia del canal.
- ✓ Vidrafoc, que con sólo 1 video (su video corporativo) consigue 898 visualizaciones debería estudiar invertir más en esta Red Social.





Youtube: Actividad de cada empresa

✓ Scharlab mantiene una entrada de Videos Tutoriales en su web corporativa, un timeline en el carrusel de la web , y lo más importante, el concurso **Lipdub**



✓ Durviz mantiene una entrada de Documentación/Videos. Su canal de Youtube se denomina **Durviz Ciencia**. Sin embargo, frente a su actividad en otras redes sociales este canal está dedicado a sus instrumentos. Sólo hay 1 video científico, prestado del Smithsonian channel. Sus dos videos más visualizados con diferencia son el **montaje y desmontaje de pipetas**.



✓ **Neurtek** dispone de una Videoteca de acceso directo en la barra inicial, y sin embargo no tiene el icono social de Youtube destacado en su portal. Es el segundo en eficacia porque sus videos sobre funcionamiento de ciertos equipos industriales deben de resultar muy útiles a los usuarios.



✓ **Bioser online** ha conseguido casi **9.000 visualizaciones** con un video público que habla de un tema que interesa a su audiencia, sin hablar de su producto, “etiquetaje de alimentos”





Pinterest e Instagram

- ✓ Sólo la empresa **Bioser**, y **Quercuslab**, una empresa analizada pero no incluida en el estudio, tienen perfil en Pinterest
- ✓ No hay ninguna empresa analizada con perfil en Instagram
- ✓ Bioser mantiene **22 tableros distintos**, separados por temas de interés para los clientes, Los que más reciben pins son los tableros del Making Of del video corporativo, y los de un seminario de seguridad alimentaria
- ✓ Quercuslab es un “pure player” de e-commerce pero no importador. Por eso no ha sido incluido en el estudio, pero es reseñable por ser la única otra empresa con presencia en esta Red Social. Sólo incluye fotos de artículos de laboratorio.



- ✓ **La presencia en Redes Sociales de una manera cuidada y atendida se reduce a 4 o 5 empresas.** El resto las usa como mero repositorio de noticias y promociones, o aun peor, no han aportado ni 1 solo comentario desde su apertura de perfil, no tienen perfil de empresa y foto corporativa. Hay empresas que no disponen ni de 1 icono social en sus web, aunque tengan perfil en ellas, o bien el icono social en su web no conduce a ningún sitio.
- ✓ **No se observa una estrategia de comunicación muy diferenciada y personalizada por cada Red Social.** Es habitual que el Blog , el canal de noticias, o el canal de Youtube, dependiendo de cada empresa, inunden y surtan de temáticas a casi el 100% de todas y cada una de las redes sociales donde la empresa tiene presencia.
- ✓ No se emplea **un carácter conversacional, sino unidireccional:** “Yo, empresa, hablo...”. No se pregunta a los clientes su parecer, no se hacen encuestas, no se debate ni se emplea como foro. La empresa no usa las comunidades que le son naturales en cada Red Social con el fin de debatir y/o convertirse en Lider de Opinión.
- ✓ No se publica **material genuino y manufacturado** expresamente para la red social, ni se generan concursos o actividades que dinamicen cada canal.

✓ Respecto a la elección del tipo de Red Social se sugiere



○ **Emplear más Pinterest e Instagram:** son las redes sociales con más posibilidad de crecimiento, debido al Marketing Visual. Muchas empresas tienen un extenso catálogo de productos con fotos de calidad que la audiencia puede querer seguir. Instagram es además junto con Pinterest, sitios de alta eficacia para hacer Storytelling de la empresa. El concurso de fotos de Neurtek podría haberse hecho mejor en Pinterest, y no por e-mail.

○ **Emplear más Twitter** para comunicación con determinados “Marketing Personas” como el becario o el comprador. Investigar su uso como canal de comunicación, reclamación o incidencia con la empresa.

○ Estimular más la **actividad en Youtube**, en vista de su éxito. El futuro en Marketing es video y visual.

✓ **El tráfico Social**, llamado así como el que llega a las webs del sector por enlaces desde las Redes Sociales es mínimo. Así se puede comprobar desde utilidades gratuitas como **Similarweb**. **(no superiores al 1%)**

✓ Sin embargo se estima que según los prescriptores o decisores de compra pasen a ser Millenials, el hábito por el uso de Redes Sociales será cada vez mayor

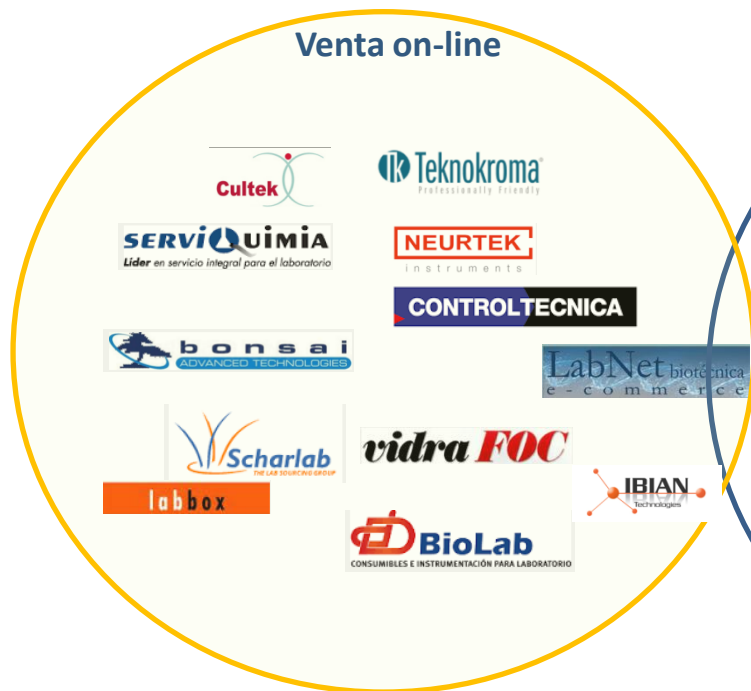


Actividades Clave 2 e-commerce



- ✓ Sólo el 24% de las empresas disponen de e-commerce
- ✓ Es especialmente llamativo en empresas BIO con un porcentaje elevadísimo de productos consumibles. Sólo Cultek tiene disponible el comercio electrónico

Venta on-line



Venta SÓLO off-line

VITRO	GOMENSORO	GEONICA	IBERLABO
BIONOVA	AGEM	IBERICA VACUUM A-ZLAB	
DURVIZ	LINEALAB	NET INTERLAB	
TAPER	GENESYS	QUIMIVITA	
BIOSER	INSTR. ANALITICA	MICROBEAM MICRON ANALITICA	
ECOGEN	SYMTA		
LABCLINICS	TDI	AUXILAB	
BIOGEN	BONSAI LAB VERTEX TECHNICS S.L.	SINERLAB IRIDA IBERICA	
NUCLIBER	NIRCO	MONOCOMP	
ACEFESA	IFI	IESMAT	
CIAL RAFER	IZASA BIOSCIENCEBIOMETA		
QUIMIGEN	STERILTECH	AQUATECNICA	
ATTENDBIO	AUQUIME	EQUILAB	
SUGELABOR			



- ✓ Muchas de las empresas con e-commerce varias no informan de la posibilidad de comprar online, pues no muestran el icono de compra online, ni muestran un título de cabecera en la web.
- ✓ Algunas webs ofrecen un link externo para compra de oligos. Estas son plataformas manejadas directamente por el fabricante, con el consiguiente riesgo de traspasar información a terceros.
- ✓ Es una dificultad para el usuario tener que registrarse de manera obligatoria antes de empezar su compra. Tampoco puede ver precios antes de hacerlo.
- ✓ En e-commerce importa mucho las imágenes de calidad y las descripciones profusas, que con frecuencia no aparecen, o bien solo están disponibles en inglés
- ✓ Empresas del sector laboratorio, pero no importadoras como **quercuslab**, **letslab**, **infoagro**, **vendemat**, **labotienda** y **shop.gabsystems** pueden enseñar mucho al respecto.
- ✓ Muchos dealers locales españoles, con venta clásica y online tienen además una importante actividad de venta desde su web.
- ✓ Desconocemos si la inactividad en e-commerce de los importadores se debe a miedo a interferir con sus distribuidores locales, o a la falta de fe en el canal de venta.



- ✓ La actividad de e-commerce es una gran oportunidad para la empresa porque es un típico “customer job” que realiza trabajo para la empresa al automatizar su pedido. Además resulta un canal de venta adicional , y hace crecer las ventas.
- ✓ Es un canal más al que hay que dedicar promoción y publicidad adicional.
- ✓ Si queremos lograr Omnicanalidad las mismas ofertas han de estar disponibles en el canal de venta directa y en el online.



BLOG CORPORATIVO

- ✓ Disponer de un Blog es muy importante por varios motivos
 - Mejora el SEO, ya que Google potencia el contenido, y especialmente el contenido muy actualizado (evergreen).
 - Permite posicionar la empresa como Líder de Opinión.
 - Aporta contenidos soft para nuestra audiencia, y genera comunidad.
 - Es una herramienta clave del Inbound Marketing.
 - Cualquier herramienta analítica de SEO detecta como error grave no disponer de un Blog asociado a la web.
- ✓ Sólo hay 6 empresas con Blog Corporativo, que no llegan al 10% de las empresas estudiadas. Estas son **Cultek, Instrumentación y Componentes, Grupo Taper, Microbeam, Aquateknica y Antares**
- ✓ Durviz mantenía el Blog elBioClub, pero lo canceló con su último post en Julio de ese año





BLOG CORPORATIVO: Actividades más relevantes de alguna empresa

- ✓ **Grupo Taper** dota de mucha importancia a su Blog, y el último post aparece siempre en la Home. Comenzó aportando mucha “formación desinteresada” sobre técnicas de laboratorio, pero ahora *postea* muchas noticias de empresa y producto.



- ✓ **Cultek** dispone de un Blog que califican *de divulgación* llamado *Cultek BlogSpot*. Se encuentra *desactualizado desde 2013*. Está muy escondido, pues cuelga del apartado Noticias, y no dispone de Visibilidad suficiente
- ✓ **Inycom** le otorga importancia al Blog, el CookBook Laboratory, y no sólo hace aparecer un Icono Social, sino un botón de CTA muy evidente. El Blog atiende un requisito importante de la herramienta al “llamar a compartir opiniones”. Por otra parte, trata elementos *soft*, relacionados más con su audiencia que con el producto. Una categoría de susodicho Blog son “Recetas de mis amigos” y tiene más de 21 entradas
- ✓ Inycom es un caso peculiar, porque el Blog pretende ser una Red Social, y sus contenidos se sindicaron al único canal de RRSS que dispone; Twitter. Debe tener cuidado porque aparecen comentarios SPAM.





BLOG CORPORATIVO: Recomendaciones

- ✓ Un Blog embebido en la web corporativa debe disponer de todas las herramientas convencionales.
- ✓ Debe **aceptar suscripciones**. Sólo alguno lo permite
- ✓ Se deben aceptar **comentarios** de la audiencia
- ✓ Debe de incluir **iconos sociales** en la base para poder compartir los post de interñes
- ✓ Debe contener **material gráfico** y a ser posible infografías, guess bloggers, y animar a participar
- ✓ Y sobre todo, no debe ni puede ser **una sucesión de promociones** o comentarios sobre nuestros productos



Actividades Clave 4 SEM



ACTIVIDAD SEM

- ✓ Sólo hemos podido estudiar la actividad SEM de las empresas en Google., bien con la herramienta gratuita Similarweb o por comprobación personal.
- ✓ Se puede invertir en búsquedas **SEM en todas las Redes Sociales, especialmente en LinkedIn.**
- ✓ Sólo el **11% de las 63 empresas** pagan por ser encontradas con Anuncios de Google Adwords: **Vidrafoc, Ibiantech, Instrumentacion Analitica, Bonsai Advanced, Controltecnica, Instrumentos Fisicos Ibericos (IFI) , Deltaclon y Labbox.** De manera interesante están repartidas entre empresas Bio, Grandes Distribuidores, y Distribuidores Convencionales. Ninguna empresa de ensayos físicos u ópticos lo practica.
- ✓ Ninguna de las empresas emplea retargeting.

Material Vidrio Laboratorio - vidrafoc.com

Anuncio www.vidrafoc.com/

Fabricación De Piezas Vidrio Para Aparatos Cientificos De Laboratorio

Material de laboratorio - labbox.com

Anuncio www.labbox.com/

labbox- El suministrador "low cost" de material de laboratorio.
Satisfacción o reembolso · Precios siempre bajos · Entrega rápida
Reactivos - Consumibles y equipos

Viscosímetros HAAKE - ifi.es

Anuncio www.ifi.es/

Viscosímetros para investigación y control de calidad en la industria

Ibiantech-INVIVOGEN - ibiantech.com

Anuncio www.ibiantech.com/

Quality TLR Ligands, tested, PAMPs Agonists&antagonists
Visitaste ibiantech.com ayer.

Espectrofotómetro DeNovix - bonsaiadvanced.com

Anuncio www.bonsaiadvanced.com/

0,5-1 µl; espectro total, sin PC Android, Wi-Fi, Ethernet
Ya has visitado bonsaiadvanced.com hoy.
P. A. E. Neisa Norte, Ed I Bajo 3, Avda Valdelaparra, Alcobendas

Kits,EIA,RIA Anticuerpos - deltaclon.com

Anuncio www.deltaclon.com/

Productos Investigación,Oxidación Obesidad,Citokinas,Hormonas

NanoDrop™ 2000C - Cinéticas en cubeta y micromuestra

Anuncio www.cic-controltecnica.com/

917 28 08 10
0.5µL. Espectrofotómetro ND 2000C.

Viscosímetros BROOKFIELD - instru.es

Anuncio www.instru.es/viscosimetro

Distribución exclusiva para España. Servicio Técnico Autorizado



Actividades Clave 4 Marketplaces

Marketplaces

MARKETPLACES

- ✓ Sólo **Labolan, Hera Scientific y Teknocroma** participan de dos de los mercados multimarca online; **Twenga y Solostocks**
- ✓ Amazon es un posible marketplace futuro para nuestro sector. En breve estrenará BiotechZone.
- ✓ Hay webs españolas de compra online de laboratorio que podrían ser usados como marketplaces.
- ✓ Un marketplace añade visibilidad a la marca, y permite acceder a segmentos de mercado poco habituales
- ✓ Distribuidores convencionales de laboratorio como Productos Riesgo o Inilab hacen ya uso de estos marketplaces

The screenshot shows the SoloStocks website interface. At the top, there is a search bar with the text "Dinos qué necesitas y dónde" and a "Buscar" button. Below the search bar, there is a navigation menu with "PRODUCTOS" and "PROVEEDORES" tabs. The main content area features a promotional banner for "-70% en Moda" and a section for "Teknocroma" with a location indicator for Barcelona, España. Below this, there is a "CATEGORÍAS" dropdown menu and a "Catálogo de productos" section displaying various laboratory equipment like "Viales y Accesorios" and "Generadores Gases y Compresores".

The screenshot shows the Twenga website interface. At the top, there is a search bar with the text "Hera Scientific" and a "Buscar" button. Below the search bar, there is a navigation menu with "Categorías" and "Precio" tabs. The main content area features a "5 ofertas en Hera Scientific" section with a list of products. The products listed are:

- TERMOSTATO DE INMERSION FA 90 +5°C /** Price: 688 €. Gastos de envío: n.c.
- Termostato de Inmersión Analógico FA 90 E,** Price: 564 €. Gastos de envío: n.c.
- Cuencos para Disolución estériles,** Price: 38,86 €. Gastos de envío: n.c.

MARKETPLACES

- ✓ Sólo **Scharlab** mantiene una aplicación específica para móvil o tablet. ScharlabQR. Está dirigida al control de la trazabilidad de sus productos, lo cual tiene mucho sentido en una gran empresa logística como es Scharlab.
- ✓ Las Apps tienen dos grandes utilidades para la empresa y sus clientes
 - Aplicaciones directamente relacionadas con el producto que se vende, y que aporten algún valor diferencial para ser empleadas fuera de la mesa de trabajo, como interpretación y almacenamiento de datos del laboratorio o de un instrumento, o bien tracking de reactivos.
 - Aplicaciones “soft”, en la esfera laboral o excéntricas a lo laboral, no relacionadas estrictamente con el producto, pero que generen branding para la empresa, como un buscador o repositorio de notas de aplicación por tipo de muestra, o un buscador de becas o de ayudas de financiación para laboratorio, etc

Apps



Conclusiones

- ✓ **El grado de avance en recursos digitales es muy escaso.** Salvo unas cuantas empresas punteras que invierten en las nuevas herramientas el resto mantiene una actividad pasiva. **No hay ninguna empresa de las estudiadas que tenga en marcha todas las actividades referidas.**(e-commerce, Blog, adwords, marketplaces, apps móviles). El número máximo de adopción es de 2.
- ✓ **El empleo de las RRSS es oportunista** y no existe una estrategia de comunicación integral ni un Plan de Marketing Digital que le de cauce. Se emplea el mismo tono de comunicación en distintas RRSS. Los mensajes son predominantemente comerciales.
- ✓ Se confunde el uso de los Blogs con el de las RRSS.
- ✓ Se carga mucha información en algunas RRSS pero no se le da visibilidad en la propia web o en otros perfiles corporativos de la empresa
- ✓ No hay fe en el Marketing Inbound (menos push y más pull) ni en la estrategia de **crear comunidad en torno a la marca.**
- ✓ Respecto a herramientas digitales como **adwords y marketplaces** que dan visibilidad a la marca y generan leads la conclusión es claramente que aún no se conocen.

Conclusiones

- ✓ Son dignos de mención Durviz, Scharlab , Neurtek y Equilab por su actividad en Redes Sociales
- ✓ Destaca Controltecnica como unica empresa con 5 RRSS activas + 2 Actividades Activas Clave
- ✓ Destacan Scharlab, LabBox y Cultek por la combinación de atributos que les permite ser cabecera del ranking Alexa

Como conclusión fundamental de este whitepaper cabría nominar a SCHARLAB como empresa más adelantada a nivel digital en el sector

EMPRESAS BIO

url web	Razón Social
www.vitro.bio	VITRO
www.ibiantech.com	IBIAN TECHNOLOGIES
http://www.deltaclon.com/	DELTA CLON
www.f-soria.es	SORIA MELGUIZO
www.bionova.es	BIONOVA
www.cultek.com	CULTEK
www.durviz.com	DURVIZ
http://www.taper.es/	TAPER
www.bioser.com	BIOSER
www.ecogen.com	ECOGEN
www.labclinics.com	LABCLINICS
http://www.biogen.es/es/	BIOGEN
www.nucliber.com	NUCLIBER
www.acefesa.es	ACEFESA
www.rafer.es	COMERCIAL RAFER
http://www.quimigen.com/	QUIMIGEN
www.attendbio.com/	ATTENDBIO

GENERALISTAS/INSTRUMENTACION

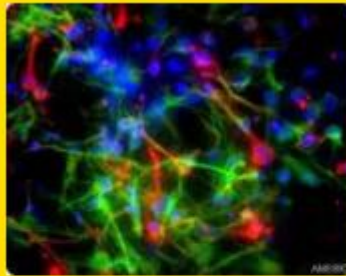
url web	Razón Social
http://www.diffractia.com/	DIFFRACTIA
http://www.teknokroma.es/e	TEKNOCROMA
http://www.a-zlab.es/	A-ZLAB
www.sugelabor.com	SUGELABOR
http://www.gomensoro.net/	GOMENSORO
www.massocom	MASSO ANALITICA
http://www.agemsa.com/	AGEM
www.serviquimia.com	SERVIQUIMIA
www.linealab.es	LINEALAB
www.genesys-instrumentacion.com	GENESYS INSTRUMENTACION
http://www.instru.es/	INSTR. ANALITICA
http://www.symta.com/	SYMTA
http://www.tdi.es/	TDI
http://www.bonsaiadvanced.com	BONSAI ADVANCED
http://www.bonsailab.com/	BONSAI LAB
http://www.cic-controltecnica.com	CONTROLTECNICA
www.vertex.es	VERTEX TECHNICS S.L.
www.nirco.com	NIRCO
www.ifi.es	IFI (Ittos. Físicos Ibéricos)
http://www.izasascientific.com	IZASA BIOSCIENCE
www.steriltech.net	STERILTECH
www.inycom.es	INYCOM
www.labolan.es	LABOLAN
http://www.auquime.e.telefonica.net	AUQUIME
http://www.geonica.com/	GEONICA
www.labprocess.es	LABPROCESS
www.ibericavacuum.com	IBERICA VACUUM
http://www.net-interlab.es/	NET INTERLAB
http://www.labnet.es/es/	LABNET biotecnica
http://www.quimivita.es/es/	QUIMIVITA
http://www.microbeam.es/	MICROBEAM
http://www.micron-analitica.com	MICRON ANALITICA
www.herascientific.com	HERA SCIENTIFIC
http://www.iberlabosa.com/	IBERLABO

GRANDES DISTRIBUIDORES

<u>url web</u>	<u>Razón Social</u>
www.auxilab.es	AUXILAB
www.sinerlabgroup.com	SINERLAB
http://www.scharlab.com/	SCHARLAB
www.vidrafoc.com	VIDRAFOC
www.labbox.com/es/	LABBOX
http://www.ddbiolab.com/	DDBioLab SLU

ANALISIS FISICOS/OPTICOS/ITTOS. MEDIDA

<u>url web</u>	<u>Razón Social</u>
www.irida.es	IRIDA IBERICA
http://www.monocomp-instrumentacion.com/	MONOCOMP
www.iesmat.com/	IESMAT
http://www.biometeta.es/	BIOMETETA
http://www.aquatecnica.com/	AQUATECNICA
http://www.antaresinstrumentacion.com/	ANTARES
http://www.equilab.es/index.html	EQUILAB
http://www.neurtek.com/	NEURTEK



LAB Business & Marketing

El Blog Profesional de la
Venta en Laboratorio