

## **Nuevo look digital y nuevos servicios a la carta en el segundo aniversario de Anvaya Digital**

**Anvaya Digital la consultora especializada en estrategias digitales de posicionamiento online de empresas, marcas, productos y servicios, estrena su nueva web corporativa bilingüe junto con una novedosa línea de servicios a la carta justo cuando está cumpliendo dos años de vida.**

La start-up española Anvaya Digital celebra su segundo aniversario con el estreno de su nuevo sitio corporativo bilingüe y el lanzamiento de una novedosa línea de servicios diseñados totalmente in house a raíz de las experiencias vividas durante estos dos primeros años de vida. En este sentido destaca el servicio de internacionalización low cost para las pymes y los profesionales independientes que buscan la proyección internacional de su negocio. Otra novedad recién salida de los laboratorios de Anvaya Digital es un servicio a la carta orientado a la construcción y la gestión de la marca personal en Internet. El exclusivo servicio de Personal Branding 2.0 cubre un amplio espectro de perfiles desde altos cargos, directivos, personalidades políticas y artísticas entre otros.

La joven consultora en estrategias de posicionamiento online para empresas y otras entidades, marcas, productos y servicios ha trabajado intensamente estos últimos meses para sacar al mercado servicios que vayan directamente a apoyar a sus clientes en su esfuerzo por abrirse paso en la crisis, por mejorar o incorporar la vertiente internauta en sus empresas y por buscar nuevos nichos de mercado dentro y fuera de España. En este sentido, Roxana Nicula, socia de la start up apuntaba que “las crisis brindan las mejores oportunidades a los valientes” explicando que “Internet es hoy un entorno esencial y una herramienta clave independientemente del tamaño del negocio para abrir nuevos mercados, ampliar el mercado doméstico o simplemente afianzar la posición adquirida por nuestros clientes en su sector. Y para conseguir ser visibles digitalmente debemos ser conscientes que tanto nuestra comunicación como nuestra estrategia de comercialización han de gestionarse y construirse en un formato de 360º en todo momento, es decir cubrir todos los entornos y canales virtuales que son importantes para nuestros negocio.”

### **Datos de contacto:**

Roxana Nicula  
Socia Directora  
911332872

Nota de prensa publicada en: [28001](#)

Categorías: [Comunicación Marketing](#)