

PROPUESTA WEBINARS

#QuédateEnCasa

HOUSER
HONZER

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente documento se lista una propuesta de sesiones Webinar para realizar aprovechando el contexto actual en el marco de muchas personas confinadas en sus casas, realizando teletrabajo y con una supuesta disminución de carga laboral por toda la problemática derivada de la pandemia de Coronavirus.

La formación a distancia puede ser una buena manera de ayudar a vuestros asociados a sobrellevar esta situación. Para ello, proponemos una serie de contenidos que esperamos sean de vuestro interés.

El resumen de las sesiones es el siguiente:

- Webinar 1: Nuevas tendencias del Marketing Online
- Webinar 2: Formatos publicitarios online
- Webinar 2: Formatos publicitarios en Redes Sociales
- Webinar 3: Formatos publicitarios en buscadores (Posicionamiento SEM)
- Webinar 4: Introducción a la operativa web
- Webinar 5: Introducción al Comercio Electrónico

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

- Software utilizado para la realización del Webinar: Zoom.us
- Duración de cada webinar: 1h + 15 min de preguntas
- Calendario propuesto: 2 webinars por semana (por ejemplo lunes y miércoles)
- Horario propuesto: 12h a 13h30
- Los cursos constituyen unidades formativas independientes, aunque si se realizan todos se consigue una formación completa
- Aforo: hasta 200 personas simultáneas. Se recomienda grupos de máximo 80 personas para poder gestionar de forma eficiente las preguntas y respuestas

Una vez concluido el webinar y en un plazo de 24-48 horas el vídeo resultante será subido a Youtube como oculto para poder enviar a los participantes que así lo soliciten.

1- NUEVAS TENDENCIAS DEL MARKETING ONLINE

Temas a tratar:

- Búsquedas por voz
- Formatos publicitarios en marketplaces (Amazon Ads)
- Formato stories
- Atención al cliente multicanal (whatsapp) + chatbots
- Social Shopping
- Realidad aumentada
- Reseñas, reviews, opiniones en internet: reputación online

2- FORMATOS PUBLICITARIOS ONLINE

Temas a tratar:

- Repaso histórico de la publicidad online
- Tipos de medios publicitarios online (Paid, Earn y Own Media)
- Terminología y conceptos básicos de la publicidad online
- Publicidad en portales (anuncios display a través de banners)
- Principales plataformas publicitarias online y diferentes casos particulares:
 - Google Ads
 - RTB o compra programática
 - Publicidad en Redes Sociales
 - Remarketing o retargeting

3- FORMATOS PUBLICITARIOS EN REDES SOCIALES

Temas a tratar:

- Repaso histórico a la publicidad en Redes Sociales
- Principales redes sociales en la actualidad
- Facebook Ads: promoción de contenidos en Facebook + Instagram:
 - Tipos de formatos publicitarios disponibles: Facebook, Instagram e Instagram Stories
 - Alcance orgánico vs alcance pagado (evolución y problemática)
- Publicidad en Youtube a través de Google Ads
- Publicidad en otras Redes Sociales

4- FORMATOS PUBLICITARIOS EN BUSCADORES (SEM)

Temas a tratar:

- Introducción y consideraciones previas
- Importancia de Google y Google Ads. Evolución histórica.
- Formatos de anuncios:
 - Search, Display, Youtube, remarketing
- Flujo de la campaña
 - Captación de tráfico, anuncios, landing pages
- Objetivos / conversiones

5- INTRODUCCIÓN A LA OPERATIVA WEB

Temas a tratar:

- Aspectos básicos de la gestión web: hosting, dominio, SSL, gestores de contenidos, gestores de correo...
- Claves del posicionamiento SEO (onpage y offpage):
 - Conceptos básicos de la gestión del SEO onpage y claves de redacción orientada a SEO
- Posibilidades ante la creación web
- Mantenimiento web
 - Respecto a los contenidos y respecto a la seguridad: precauciones, buenas prácticas
- Monitorización web (Google Analytics)

6- INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO

Temas a tratar:

- eCommerce vs Marketplaces
- eCommerce
 - La importancia del eCommerce: contextualización
 - Diferentes herramientas para la creación de un eCommerce
- Marketplaces
 - La importancia del Marketplace: contextualización
 - Funcionamiento de los principales marketplaces, con especial atención al caso Amazon. Terminología a conocer
 - Estrategia de venta online: pros y contras de la presencia directa en cada uno de los principales marketplaces
 - Compatibilizar la venta en marketplaces con la venta tradicional.
 - Implicaciones comerciales y herramientas de promoción de productos dentro de marketplaces

FORMADOR

Alejandro Casero

- Ingeniero de Telecomunicación (UPC)
- Socio de Houser & Houser
- Profesor EAE Business School



CONTACTO

Si alguna propuesta os parece interesante o bien os surgen dudas al respecto, podéis contactar con nosotros:



Web



coronavirus@houserandhouser.com



93 171 02 87

¡GRACIAS!