

Estrategias para la Medición en Redes Sociales. Analizando la Web 2.0

✓ ¿Cómo medir el retorno de la inversión en Internet?



En colaboración con: Territorio  creativo

Madrid, 24 de marzo de 2010
Auditorio Unidad Editorial



Estrategias para la Medición en Redes Sociales. Analizando la Web 2.0

Estimado amigo,

Vivimos una nueva etapa para la gestión de la marca empresarial a través de los nuevos entornos 2.0 y las comunidades virtuales.

Este nuevo ámbito en el que nos encontramos es mucho más joven y la lucha para el posicionamiento es feroz e ilimitada. En este contexto, la gran preocupación de los directivos y profesionales de las empresas que invierten en Internet es saber qué está pasando en su propia web y cómo analizar sus campañas online para que el retorno de la inversión sea positivo.

Por ello, las empresas y sus profesionales se encuentran ante un nuevo reto: deben disponer de la formación y las herramientas adecuadas para que una medición del retorno de la inversión en Internet, facilite la respuesta a la demanda del mercado.

Siendo conscientes de este objetivo, le ofrecemos un seminario práctico donde tendrá la oportunidad de conocer:

- ▶ Qué herramientas se utilizan en Internet para medir resultados y qué indicadores necesitamos analizar
- ▶ Cómo calcular el retorno sobre la inversión en campañas online y en especial, su impacto sobre la marca
- ▶ Cómo se realizan los informes de usuarios, visitas y páginas
- ▶ Cómo medir el impacto de los medios online
- ▶ Manejar con facilidad conceptos como: "usuario nuevo y recurrente", qué es una "página vista única"
- ▶ Cuáles son los usos y tendencias más actuales en métricas y cómo funcionan
- ▶ Cómo se realizan informes de contenido
- ▶ Manejar el concepto de tiempo en Internet: tiempo de la página y el sitio, tiempos medios y duración de la visita
- ▶ Qué herramientas se están utilizando para medir en los medios sociales
- ▶ ¿Es posible desarrollar mediciones en canales cruzados?

En la seguridad de que este Seminario será de su interés, reciba un cordial saludo,



Elena Rodríguez de Arriba

Directora de Programas

UNIDAD EDITORIAL CONFERENCIAS Y FORMACIÓN

Dirigido a:

- ● ● Director General
- ● ● Director de Comunicación
- ● ● Director de Desarrollo Web
- ● ● Community Manager
- ● ● Directores de Marketing
- ● ● Director Comercial y Ventas
- ● ● Director de IT
- ● ● Directores de Desarrollo de Negocio
- ● ● Director de Estrategia
- ● ● Product Manager
- ● ● Brand Manager

Metodología:

Para el desarrollo de este seminario, contaremos con la experiencia de profesionales expertos en analítica y marketing online.

Todos los asistentes tendrán la oportunidad de plantear sus dudas y sugerencias durante toda la jornada, fomentando así la interactividad con cada uno de los ponentes.

Agenda

8.45 Recepción de asistentes y entrega de la documentación

9.00 Bienvenida y apertura del curso

9.00 **La medición en Internet y analítica Web**

- ▶ ¿Cómo se mide en Internet?
- ▶ ¿Por qué necesitamos medir?
- ▶ ¿Cuáles son los conceptos básicos “tradicionales” que se manejan dentro de la métrica Web?:
 - Páginas vistas
 - Usuarios únicos
 - Tasa de rebote
 - Permanencia
- ▶ ¿Cómo se puede medir el retorno de la inversión en Internet a través de estas herramientas?

Dña. Gemma Muñoz
Directora de Analítica Web
y Redes Sociales
BANKINTER

10.30 Coloquio y preguntas

10.45 Café

11.15 **Herramientas más usadas en analítica Web**

- ▶ ¿Cuáles son las herramientas de medición más usadas por los profesionales?
- ▶ Herramientas especialmente orientadas al análisis de Web propia
 - Google Analytics
 - Activación y configuración básica de una cuenta
 - Enlace entre las cuentas de Google Analytics y Google AdWords
 - Yahoo Web Analytics
 - Cómo disponer de una cuenta
 - Comparativa con Google Analytics
 - Omniture
 - Características de una herramienta avanzada
 - Cuándo y por qué optar por una herramienta de pago
 - Aplicaciones gratuitas
 - Cuáles son las más utilizadas
 - Comparativa con herramientas de pago
- ▶ Seguimiento de objetivos

D. Javier Godoy
Director de Planificación Estratégica
INSPIRING MOVE

12.15 Coloquio y preguntas

12.30 **Acciones, display, afiliación y mailing**

- ▶ La publicidad online y sus formatos más conocidos
 - ¿Cuál ha sido su evolución?

- ¿Cuáles son las más usadas y efectivas?
- Perspectivas de futuro

- ▶ Métricas básicas online
- ▶ ¿Cuáles son los modelos de inversión en términos de costes?
 - CPM: por mil
 - CPC: por click
 - CPL: por lead o por registro
 - CPA: coste por acción
- ▶ Herramienta Adservers: tipos, funcionamiento, operativa y segmentaciones
- ▶ Reporting. La medición desde distintas perspectivas y con distintos objetivos:
 - Publisher si se trata de medios
 - Announcement si se trata de anunciantes

D. Fernando del Rey
Director General
ANTEVENIO COMUNIDADES

13.30 Coloquio y preguntas

13.45 **Marketing en Buscadores: Tráfico y análisis**

- ▶ Fundamentos SEO / SEM
- ▶ Medición del éxito de campañas en Google Adwords, y la integración de AdWords con Analytics
- ▶ KPI y Roadmap de seguimiento

D. Javier Ortiz
SEO
UNIDAD EDITORIAL

14.45 Coloquio y preguntas

15.00 Almuerzo

16.30 **Social Media Marketing**

- ▶ ¿Qué KPI's y herramientas se están utilizando para medir en los medios sociales, donde la interacción de los usuarios y la medición de la misma es la clave?
- ▶ Introducción a los conceptos básicos del Social Media Marketing y el Community Management
- ▶ Medición de aspectos clave de una comunidad (tamaño y vitalidad)
- ▶ Medición de la influencia
- ▶ Medición de tráfico en medios sociales (blogs, Twitter, Facebook...)

D. Fernando Polo
Director de Estrategia
TERRITORIO CREATIVO

17.30 Coloquio y preguntas

17.45 Final del Seminario



Unidad Editorial
Conferencias
Formación

Organiza:

Unidad Editorial Conferencias y Formación
Avda. de San Luis, 25-27. 28033 Madrid
Tel.: 902 99 62 00 • Fax: 91 443 69 95
infoconferencias@unidadeditorial.es

SEMINARIO ESPECIALIZADO

Estrategias para la Medición en Redes Sociales. Analizando la Web 2.0

Precio por inscrito:

750 € + 16% IVA

* Oferta no acumulable a otras promociones en vigor



Fecha y lugar de celebración

Madrid, 24 de marzo de 2010

Auditorio Unidad Editorial
Avda. de San Luis, 25-27. 28033 Madrid

Tel. Unidad Editorial 902 99 62 00



Hoteles recomendados

- Hotel Nuevo Madrid**
C/ Bausá, 27. Tlf. 91 298 26 00. Distancia a la Sede de Unidad Editorial 1,8 km-6 minutos
- Hotel Confortel Pío XII**
Avda. Pio XII, 77. Tlf. 91 387 62 00. Distancia a la Sede de Unidad Editorial 4,1 km-9 minutos

Cancelaciones

- Si usted no puede asistir, tiene la opción de que un sustituto venga en su lugar, comunicándonos sus datos al menos 24h antes de la Conferencia.
- Para cancelar su asistencia envíenos un e-mail al menos 24h antes de la Conferencia a infoconferencias@unidadeditorial.es. En este caso será retenido un 10% en concepto de gastos administrativos.
- En caso de no cancelar la inscripción o hacerlo en menos de 24h, no será reembolsado el importe de la conferencia.

Ventajas fiscales asociadas a esta Conferencia

La cuota de inscripción de esta Conferencia constituye un gasto fiscalmente deducible tanto para empresas, Impuesto sobre Sociedades, como para profesionales, en el cálculo del rendimiento neto de actividades económicas, IRPF. Al mismo tiempo, puede beneficiarse de una deducción en la cuota íntegra de ambos impuestos, por el 5% de su importe.



Transportista Oficial

Para Asistentes, Comité Organizador y Ponentes Invitados:

Para vuelos **Nacionales, Europeos e Intercontinentales** destino final el lugar donde se celebre el Evento y v.v. (OW y/o RT):

- 40% de descuento sobre tarifas completas en **Turista**
- 35% de descuento sobre tarifas completas en **Business**

Para vuelos operados por AIR NOSTRUM (IB-8000):

- 30% de descuento sobre tarifas completas **Business y Turista**

Hoteles colaboradores

Indique su asistencia a este evento para formalizar su reserva



Hotel NH Abascal
Teléfono de Reservas: 91 441 00 15
Consulte precio especial



Hotel InterContinental Madrid
Teléfono de Reservas: 91 700 73 00
Consulte precio especial



Hotel Petit Palace Embassy
Teléfono de Reservas: 91 431 30 60
Consulte precio especial

Cómo inscribirse

- Entre en www.conferenciasyformacion.com
- Regístrese como usuario
- Seleccione la conferencia a la que desea asistir y pulse "inscribirse ahora"
- Indique el número de inscripciones y pulse "actualizar total" y a continuación "comprar"
- Compruebe que sus datos están correctos y pulse "enviar"
- Elija forma de pago: Tarjeta VISA Transferencia
- Recibirá automáticamente confirmación de su inscripción vía e-mail

conferencias
y formación.com

S_EREDSOCWEB_www

Expansión

EL MUNDO.es

Expansión & EMPLEO

ACTUALIDAD ECONOMICA

Asociación Colaboradora:

Asociación Española de Responsables de Comunidad



Publicación Colaboradora:



Portal Colaborador: **Expansión.com**