

Seminarios - 20 de Mayo, 2008

- 10:00-10:45 **Yahoo's approach to Mobile & Mobile Search:** se explicarán los nuevos productos que ofrece Yahoo! para móviles en el área de acceso a contenidos, incluidos tanto los desarrollados para la propia compañía como los creados por terceros, y en el área de búsqueda de información en toda la red, a través de one-Search. Este sistema, ofrece la información más relevante para el usuario de estos dispositivos a un sólo click. Álex Romero, Director de Alianzas de Yahoo! Connected Life para España, Francia y Portugal.
- 11:00-11:45 **Search Goes Mobile:** Llegar a los consumidores en el momento y lugar precisos es la mayor propuesta de valor del marketing móvil, también podemos incluir atributos de marketing relacional avanzados como la fidelización, gestión de CRM, incentivación de ventas y generación de marca. Álvaro del Castillo, director general para el sur de Europa en JumpTap.
- 12:00-12:45 **Cómo optimizar el rendimiento de sus campañas online:** en muchos casos, las empresas realizan campañas online y el único resultado que monitorizan, y en el cual basan sus decisiones, son los clicks. Éstos, deben ser generados por los visitantes de su sitio web pero a su vez, estos clicks generan un coste. ¿Qué ocurre con la calidad de sus visitantes? Para evaluar este dato, es importante medir y analizar las acciones que llevan a cabo sus visitantes en el sitio web y su ratio de conversión. Información clave para evaluar el éxito de la campañas y el ROI online. David Martín, Consultor Nedstat.
- 13:00-13:45 **Marketing de conversión con el kit de herramientas de Google:** cómo integrar las herramientas de Google (Web Master Central, Adwords, Google Analytics, Urchin y Web Site Optimizer) en el proceso de trabajo para optimizar el ciclo de conversión: Desde la definición, hasta la medición y reoptimización. Guillermo Vilarroig Director Overalia, Livia Múgica Responsable de Analytics, Eider Fernández Responsable de proyectos.
- 13:45-15:00 **Visita de la Feria**
- 15:00-15:45 **La conversión en enlaces patrocinados / SEM:** los precios por click suben, los competidores atacan las campañas, los afiliados abusan de las marcas y el clic fraudulento pone en peligro los presupuestos. Concentrar la estrategia en la conversión es la única manera de justificar las inversiones mensuales en Google, Yahoo!, MSN. Esta presentación pone de relieve los 3 elementos claves que ayudan a optimizar la conversión: los keywords, los anuncios y las landing pages. Focalizarse en la conversión puede cambiar los resultados de un 15% a un 85%. Anders Hjorth Director de Desarrollo Relevant Traffic.
- 16:00-16:45 **Web analytics en el centro del search marketing:** las soluciones de web analytics como las que propone XiTi, proporcionan una herramienta única para determinar el impacto de las actividades de search marketing. Tener el máximo detalle de las visitas originadas tanto en campañas en buscadores, como en búsqueda natural (SEO) o en buscadores internos ¡es ahora posible en tiempo real! Pablo Roman Casso – XiTi, Country Manager.
- 17:00-17:45 **Webanalytics & testing:** hoy por hoy, todos tenemos acceso a distintas herramientas de analítica web, verdaderamente potentes. Aunque, ¿estamos obteniendo el mayor provecho de ellas? Luego del análisis de las métricas disponibles y de los filtros de conversión, una de las mejores funcionalidades que ofrecen es la posibilidad de controlar todo test que se pruebe en páginas, su contenido, disposición, etc. Aprende más sobre A/B testing y Test Multivariados, y cómo controlar su rendimiento a través de tu herramienta de Analítica Web. Juan Cruz Aliaga, Consultor analytics y marketing online onetomarket
- 18:00-18:45 **Marketing interactivo. Del CRM a CIM online (Customer Interaction Management):** conseguir clientes es el objetivo que perseguimos los departamentos comerciales y de marketing en las empresas. El software CRM nos permite fidelizar y consolidar la relación con los clientes actuales, al tiempo que ofrece nuevos leads gracias a campañas online, compatibles con las acciones y servicios que ofrecen otras empresas.

Seminarios - 21 de Mayo, 2008

- 10:00-10:45 **SEO avanzado y cómo estructurar un sitio web para un buen posicionamiento:** entre los distintos elementos que contribuyen a mejorar el posicionamiento, la estructura del sitio web cumple un papel fundamental. Por ello, resulta indispensable conocer qué factores han de tenerse en cuenta y cómo integrarlos en el proceso de diseño. María Pedrós, SEO Manager Onetomarket.
- 11:00-11:45 **Optimización de marketing en buscadores:** explicaremos las últimas técnicas y herramientas para la optimización del marketing en buscadores. Hablaremos de cómo aprovechar las herramientas de bid-management, el behavioural targeting y el multi-variate testing para obtener un ROI óptimo de nuestra inversión en marketing. Realizaremos demostraciones en directo con las últimas versiones del software de Omniture. Pere Rovira Director e-interactive
- 12:00-12:45 **Marketing en Buscadores 2.0:** ¿que más se puede hacer con Marketing en Buscadores? Aparte de generar tráfico y conversiones, ¿podemos también mejorar el rendimiento a través de un posicionamiento más amplio? Roald Schoenmakers, Country Manager Traffic4u Spain.
- 13:00-13:45 **Marketing en Buscadores:** una oportunidad para la internacionalización: Cómo integrar el marketing en buscadores en el proceso de internacionalización.
Las oportunidades de networking que brinda SEMPO: Más de 800 empresas especializadas de 20 países distintos. Guillermo Vilarroig Socio Overalia / Chair de SEMPO España, Fernando Macia Socio Human Level / Co-Chair de SEMPO España, Massimo Burgio Socio Global Search Interactive / Board of Directors, Chair SEMPO Global/Europe