



**INBOUND
MARKETING
DAY BCN**

**El mayor
evento
de Inbound
Marketing**

**HECHO EN
BARCELONA**

INBOUND MARKETING DAY BCN

27-10-2015

09:00h

ESADE Creapolis
Avenida Torreblanca, 57, 08172
Sant Cugat del Vallès

6

Inbound Marketing

¿En qué consiste
el inbound marketing?
¿Cómo funciona?

12

Programa

Ponencias
Networking

14

Ponencias

Jordi Navarrete
Roger Llorens
Èlia Guardiola
José Facchin
Fernando Angulo
Miguel Florido
Mireya Trias
Juan Pablo Sánchez
Esther Turon
José Zorilla
Alicia Rodriguez Ruíz
Marc Soler
Sharen Murnaghan & Eilis Boyle
Roger Bretau

44

Entradas

INBOUND MARKETING

El inbound marketing es la nueva tendencia en el mundo del marketing. Si aún no lo has adoptado, más vale que empieces a hacerlo. Y cuanto antes. Tu competencia no tiene miramientos y ya se ha puesto de lleno.

**¿En qué consiste el inbound marketing?
La misma palabra lo dice:
en atraer a los clientes.**

Quieras o no, el marketing tradicional ha cambiado y el comportamiento de las personas también. La gente ignora las prácticas tradicionales del marketing porque este antiguo modelo ha quebrado.

Tienes que saber que el 86% de la gente se salta los anuncios de TV, el 91% elimina las suscripciones de propaganda de Internet, el 44% de correos masivos no se abren y alrededor de 200 millones de llamadas están clasificadas con la etiqueta "No contesto"

Si quieres atraer clientes, tienes que ofrecerles lo que realmente quieren recibir. Aquí es donde el inbound marketing cobra relevancia.

El inbound marketing es un enfoque holístico basado en datos que sirven

para atraer a las personas y convertirlas en clientes fieles. Cuando utilizas el inbound marketing, los clientes vienen a ti y no al revés. La metodología consiste en atraer, convertir, cerrar y enamorar. Así es: convertir a los extraños en clientes y, después, en promotores de tu marca.

El inbound marketing utiliza el contexto para publicar el contenido apropiado (blog, herramientas interactivas, fotografías e infografías, vídeos, podcasts, webinars, presentaciones y ebooks ...) en el lugar apropiado. De esta manera la estrategia de marketing se vuelve relevante para tus clientes. No les interrumpe ni molesta, les ayuda.

El inbound marketing es el marketing que utiliza múltiples canales para que se encuentre allí donde se encuentran las personas, allí donde ellas quieren interactuar contigo.

El inbound marketing funciona como un embudo

1

El primer paso es obtener tráfico a través de la creación de contenido optimizado para los motores de búsqueda (SEO) y su promoción en redes sociales.

El segundo paso es obtener prospectos colocando llamadas a la acción (CTA) en tu sitio web y blog para dirigir tus visitantes hacia páginas de aterrizaje con formularios de contacto. Es aquí donde se generan los leads (clientes potenciales).

2

3

El tercer paso es enviar emails personalizados a tus leads para conducirlos a lo largo de su ciclo de compra.

El último paso consiste en analizar el éxito de la campaña para determinar las áreas que debes potenciar en un futuro.

4

El inbound marketing reconoce el recorrido de cada uno de tus visitantes y reconoce que cada uno de tus clientes potenciales pasa por diferentes etapas antes de formalizar una compra. Por ello, el inbound, sirve para entregar el contenido adecuado para cada etapa de la compra:

Etapa de exploración

El contenido va a resolver problemas u ofrecer respuestas a las dudas que tienen tus visitantes.

Etapa de consideración

El visitante ya ha definido su problema y busca los servicios que le puedes ofrecer para encontrar la mejor oportunidad.

Etapa de decisión

El cliente ya tiene una lista con todos los servicios y está comparando la mejor oferta para tomar la decisión final.

DEBES SABER QUE

- La generación de leads mediante la metodología del inbound marketing cuesta un 61% menos que las técnicas del marketing tradicional.
- Los canales del inbound marketing son más baratos que los que utiliza el marketing tradicional.
- El inbound marketing es efectivo. Es la estrategia que genera más leads y, por tanto, más oportunidades de venta.

**Así es el marketing
que la gente quiere.
Así es el inbound
marketing.**

Para que puedas conocerlo con más detalle, hemos preparado una jornada donde los 14 ponentes más influyentes del sector del marketing online te hablarán sobre las mejores prácticas inbound para hacer crecer tus ventas gracias a los canales online. Al acabar la jornada podrás charlar directamente con los que más te hayan interesado en una sesión de networking.

14

PONENTES



Descárgate el programa
y llévalo en tu smartphone.

DESCARGAR

09:00h **Presentación**
Presentación a cargo de
Edgar Jordà CEO de ESADE
Creapolis

09:30h **Jordi Navarrete**
Cómo explicarle el inbound
marketing a cualquiera

10:00h **Roger Llorens**
Cómo usar el videomarketing
en una estrategia online 100%
inbound

10:30h **Èlia Guardiola**
El valor de las emociones
a través de las acciones
de Marketing Emocional y
Publicidad Sensorial.

11:00h **José Facchin**
Las necesidades online
del nuevo perfil del turista
social

11:30h **Coffee Break**

12:00h **Fernando Angulo**
La importancia del SEO para
el Inbound Marketing

12:30h **Miguel Florido**
Estrategia de Social Media
para atraer visitas que
conviertan

13:00h **Mireya Trias**
Los cuatro pilares de la marca
personal

13:30h **Juan Pablo Sánchez**
La importancia del buyer's
journey en tu marketing de
contenidos

14:00h **Comida**

15:00h **Esther Turon**
Como explotar el inbound
marketing en tus estrategias de
ventas y fidelizar a tus clientes,
el marketing que sí funciona.

15:30h **Jose Gómez-Zorrilla**
Cómo atraer tráfico a tu sitio
web

16:00h **Alicia Rodriguez Ruíz**
Ventajas de un twitter chat
como herramienta de inbound
marketing

16:30h **Coffee Break**

17:00h **Marc Soler**
El marketing social como
alternativa para Startups

17:30h **Sharen Murnaghan
& Eilis Boyle**
Cómo funciona el marketing
personalizado

18:00h **Roger Bretau**
La importancia del email
en el marketing que enamora

18:30h **Networking entre
asistentes y ponentes**

Jordi Navarrete

09:30h

Fundador y CEO de
Inbound Emotion
Agencia de Inbound Marketing




INFLUENCIA
EN REDES
+8.500

Qué es el inbound marketing o cómo explicarle el inbound marketing a cualquiera

¿Qué aproximación prefieres cuando te explican un concepto nuevo? ¿un punto de vista general, detallado, economicista, humanista? El inbound marketing se viene explicando hace relativamente poco en nuestro país desde diversas perspectivas. Repasaremos las principales visiones de destacados profesionales del inbound a la hora de responder a la pregunta "¿Qué es el inbound marketing?".

CONECTA

-  inboundemotion
-  inboundemotion
-  @inboundemotion
@jordiiinbound
-  +Inboundemotionplus
+JordiNavarrete
-  inboundemotion
-  inboundemotion
-  inboundemotion.com

El 2012 descubre la metodolgia del inbound marketing y funda Inbound Emotion, agencia nativa de Inbound Marketing y partner de HubSpot dedicada a ayudar a las empresas a crecer consiguiendo más visitas, más leads y más ventas mediante sus canales online.

Está en el mundo online desde los tiempos de la web 1.0 y ha vivido la (r)evolución del mundo digital. Aunque su formación académica es de Humanidades su pasión por esta nueva tecnología le lleva a fundar el año 2000 una de las primeras agencias interactivas de la época, Emotion Producciones, trabajando para proyectos web y ecommerce nacionales e internacionales. Los siguientes años son apasionantes: aparece la web 2.0, el SEO, el SEM, los gestores de contenidos, el marketing de contenidos, las redes sociales, el email marketing, el video marketing y la automatización del marketing configurando los primeros pasos de un nueva manera de hacer negocios por internet. El 2012 descubre la metodolgia del inbound marketing y funda Inbound Emotion, agencia nativa de Inbound Marketing y partner de HubSpot dedicada a ayudar a las empresas a crecer consiguiendo más visitas, más leads y más ventas mediante sus canales online.

Roger Llorens

Cómo usar el videomarketing en una estrategia online 100% inbound

Cómo saber si tus clientes potenciales quieren consumir tu información y productos en formato móvil
Cómo conseguir destacar en Youtube con tus vídeos.

Claves para arrebatarse ideas a la competencia y mejorarlas.

Por qué el binomio móvil+vídeo te llevará al éxito.

Cómo integrar el vídeo en una estrategia de inbound marketing, desde la captación a la conversión

10:00h

Analista web y Director de marketing online en Ofiprix y Dicoro.



INFLUENCIA EN REDES

+9.000

“Si no crecemos tenemos un problema, pero si crecemos y no sabemos porqué, entonces tenemos dos problemas. Maximizar la satisfacción del consumidor pasa por entender y actuar sobre la base de tu analítica digital”

Analista web y especialista en Content & Inbound Marketing, sin olvidar mis raíces como SEO.

A la vez, soy profesor de Analítica Web, Inbound Marketing, Content Marketing y tendencias y estrategias de marketing online.

También soy editor en la web de tecnología y marketing www.whatsnew.com, donde escribo semanalmente artículos de opinión sobre tendencias, experimentos y casos reales de marketing online.

Encontrarás todos mis artículos en esta [sección](#). Licenciado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) en la UAB de Barcelo-

na y la Linnaeus University de Suecia, pronto el marketing online despertó mi atención y completa dedicación en el lejano 2008.

He trabajado como consultor y asesor de marketing online desde entonces (como freelance o en agencias de marketing digital) para todo tipo de empresas y proyectos, desde grandes corporaciones hasta startups o ayudando a emprendedores.

Soy un verdadero apasionado de la Analítica Web y su sinergia con el ZMOT (Zero Moment Of Truth) desde la perspectiva del Inbound Marketing. ¿Conocéis una combinación más explosiva para impulsar vuestros proyectos?

CONECTA

[in](#) rogerllorensjimeno

[f](#) llorensjimeno

[t](#) @rogerllj

[g+](#) +RogerLlorens

Èlia Guardiola

El valor de las emociones a través del Marketing Emocional y Publicidad Sensorial

Las emociones como canal y vínculo/nexo de unión entre usuarios y marcas para cubrir las necesidades de los consumidores. Como el Branded Content, así como el Marketing de Contenidos, son imprescindibles para las estrategias de las marcas para poder llegar a su público objetivo y fidelizar a sus clientes. El consumidor como parte de la marca: estamos en la era de la humanización de las marcas, la digitalización más humana.

10:30h

CEO Digital Marketing
SMM










Èlia es de las pocas personas en España que habla, escribe y da formación sobre Marketing Emocional, uno de los puntos fuertes en los que se está especializando para seguir creciendo en este mundo donde, como dice ella, las personas se mueven por emociones.

INFLUENCIA
EN REDES

+29.000

CONECTA

-  elia-guardiola
-  @elia.guardiola
-  @EliaGuardiola
-  +EliaGuardiola
-  esinh76
-  Esinh76
-  digitalmarketingsmm.com

Èlia empezó a trabajar en el mundo de los Hoteles hace casi 15 años. Iniciando su carrera profesional dentro de la Hostelería como ayudante de Recepción. Dado que su pasión por el Turismo creció a grandes velocidades, en tres años se posicionó como Subdirectora de un Hotel de Almería, gestionando también los departamentos de Comercialización, Marketing, Publicidad y Comunicación. Después de cuatro años trabajando para ese hotel, volvió a su tierra natal, Girona, donde estuvo de Responsable de Petits Grans Hotels de Catalunya, llevando toda la parte de Marketing, Comunicación, Publicidad y Comercialización de los 40 hoteles que formaban dicha Asociación y apoyando los casi 60 hoteles de Costa Brava Verd Hotels. Decidió dejar los PGHC para incorporarse como Directora de un Hotel de Barcelona, pero al año se fue a vivir a Madrid, donde hizo nacer su propia marca personal, Digital Marketing SMM, trabajando como freelance hasta la actualidad.

Desde entonces, está colaborando con varias Agencias de Marketing y Comunicación, así como colaborando con escuelas de negocios donde imparte formación para empresas y particulares.

Es titulada por la UOC en Social Media Marketing, e-Marketing y e-Commerce, así como varios cursos técnicos sobre Turismo, Marketing y Comunicación.

A fecha de hoy, también trabaja como blogger y redactora de contenidos en blogs de renombre como SEMrush, en el que cada mes escribe sobre Marketing Emocional, Storytelling, Branded Content o Marketing de Contenidos. Ha empezado a escribir en blogs de México para Emprendedores y profesionales del Marketing. También organiza eventos, como por ejemplo el que se celebrará en Murcia el mes de noviembre, en el que trabaja como Social Media Manager.

José Facchin

11:00h

Consultor en marketing online freelance

Director de contenidos para SEMrush en español.

INFLUENCIA EN REDES

+52.100

Las necesidades online del nuevo perfil del turista social

En esta ponencia veremos a quién se podría denominar como turista social y qué deberían ofrecerles las empresas en redes sociales y en su blog corporativo para fidelizarlos como miembros de su comunidad online.



El blog de José Facchin en la actualidad cuenta con casi más de 100.000 lectores mensuales gracias a los más de 270 artículos escritos en él.

Consultor en marketing online freelance. Director de contenidos para SEMrush en español y en italiano.

José Facchin es analista en sistemas de la información por la Universidad Tecnológica Nacional y cuenta con un postgrado en Relaciones Públicas e Institucionales. Aunque es natural de Córdoba (Argentina), reside desde hace más de 15 años en la ciudad de Barcelona. Luego de sus primeros años trabajando en el área comercial del sector bancario en Argentina, y tras más de 10 años en el mundo de la gestión hotelera y turística, a principios del 2013 decide dar un nuevo giro a su carrera profesional embarcándose en el mundo del marketing digital y las redes sociales. Así mismo, creó su propio blog, el cual gestiona desde hace más de 2 años y medio, este blog profesional le ha valido como trampolín para potenciar su visibilidad en internet y como carta de presentación para conseguir

posicionar su marca personal y convertirse en un bloguero reconocido en el ámbito del marketing online. A día de hoy es consultor freelance en marketing online para empresas de todos los sectores que intentan mejorar sus estrategias digitales. Desde el mes de julio de 2015 compagina esta actividad como consultor freelance con su fichaje como director general de contenidos en español para la firma SEMrush. Desde el mes de septiembre también se ocupa de la dirección general de contenidos en italiano para la misma compañía. En la actualidad, su blog cuenta con casi más de 100.000 lectores mensuales gracias a los más de 270 artículos escritos en él. Estos hechos han supuesto que entre otras empresas, también Movistar contrate sus servicios como redactor de contenidos para su blog corporativo. Si quieres conocerlo en detalle puedes visitar su blog profesional: www.josefacchin.com.

CONECTA

- josefacchin
- GestionHoteleraMarketing
- @facchinjose
- +JoseFacchinBCN
- josefacchin
- josefacchin.com

Fernando Angulo

12:00h

Head of international partnerships en SEMrush
Respon. mercado español



INFLUENCIA
EN REDES
+5.550

La importancia del SEO para el Inbound Marketing

Analizar la competencia para entender su estrategia SEO y ayudar al gestor de contenidos a mejorar la cantidad y calidad de enlaces y de palabras clave. Construir relaciones con personas influyentes de tu mercado, y el convertir esas relaciones en acciones. Creer en el futuro del Inbound Marketing y así convertirte en firme defensor del SEO según las mejores prácticas que os presentaré.

CONECTA

in fernandoangulo
tw @FernandoSEMrush
g+ +FernandoAngulo

“Fernando utiliza su conocimiento y su experiencia para definir estrategias de desarrollo de acuerdo con las nuevas tendencias y los requisitos actuales del mercado “

Jefe de Relaciones Internacionales en SEMrush, un servicio online que proporciona inteligencia competitiva, incluyendo investigación de palabras clave, investigación de resultados de pago y de backlinks. Fernando participa activamente en el mundo del marketing de buscadores, y es un conferenciante habitual en eventos de SEO y marketing digital análisis de todo el mundo. Se especializa en marketing de buscadores para B2B

y programas de generación de leads. Como miembro integrante del equipo de SEMrush, Fernando utiliza su conocimiento y su experiencia para definir estrategias de desarrollo de acuerdo con las nuevas tendencias y los requisitos actuales del mercado. Fernando es Máster en Economía Mundial por la Universidad de San Petersburgo, en la Federación Rusa.

Miguel Florido

Estrategia de Social Media para atraer visitas que conviertan

Las Redes Sociales son un poderoso canal con el que podemos atraer un tráfico de calidad siempre y cuando utilicemos una acertada estrategia de Social Media. En la ponencia explicaré cuáles son las mejores acciones a realizar para conseguir una audiencia social de calidad, y qué errores muy comunes tenemos que evitar. La decisión del contenido que publicamos en nuestro Blog debe estar totalmente ligada con la estrategia social. ¿Sabes cómo conseguir tráfico de calidad desde las Redes Sociales?

12:30h


CEO de Marketing and Web

Bloguero incansable desde los últimos 3 años

INFLUENCIA EN REDES

+15.600

CONECTA

-  miguelangelflorido
-  @miguelfloro
-  +MiguelÁngelFlorido
-  marketingandweb.es



Miguel Ángel Florido es Consultor de Marketing Digital y Social Media, y responsable de la UCV Online, dentro de la Universidad Católica de Valencia. Además es director del Curso Gratis de Marketing Digital y Social Media para desempleados; un curso que nace como una iniciativa personal y con el único fin de formar a 100 personas en una temática muy demandada actualmente en el mercado laboral.

Miguel Ángel Florido es el CEO de **Marketing and Web** y bloguero incansable desde hace los últimos 3 años. Tengo 4 vicios en mi vida; mi familia, el cine, leer y escribir.

Dispone de una gran trayectoria laboral, con más de 14 años de experiencia en el sector de la publicidad, el marketing y el universitario. Ha trabajado en la Universidad Europea de Madrid (UEM) y en la Universidad Internacional Valenciana (VIU), dos universidades que han realizado una clara apuesta por la

En los últimos meses varios de sus artículos han sido seleccionados por la Blogosfera del Marketing y su blog es uno de los candidatos a ser seleccionado como el Blog de Marketing Digital y Social Media de España.

formación a través de Internet.

En los últimos meses varios de sus artículos han sido seleccionados por la Blogosfera del Marketing y su blog es uno de los candidatos a ser seleccionado como el Blog de Marketing Digital y Social Media de España.

Su blog tiene actualmente más de 2.500 suscriptores que siguen sus publicaciones.

Mireya Trias

13:00h

Consultora Personal
Branding y Reputación
Digital



Apasionada de los medios sociales y de las nuevas tecnologías, me preparo sin descanso para la nueva era, porque me gusta y porque me apasiona.

INFLUENCIA
EN REDES

+3.300


Los cuatro pilares de la marca personal

Integrar 4 pilares básicos para conocer las áreas que están implicadas en la creación de un proyecto online de Personal Branding. Basar una estrategia digital centrándose en cada una de las áreas implicadas, ayuda a enfocarnos por fases separadas aunque integradas, facilitando así la creación de un proyecto de marca personal.

CONECTA

 mireyatriasmonllau

 @mireyatriasmonl

 +mireyatriasmonllau

 mireyatrias.com

Soy Mireya Trias y me dedico al Personal Branding: soy consultora de marca personal y reputación online. Escribo sobre social media y marketing digital. Ayudo a maximizar proyecto personal y a gestionar la presencia digital.

Apasionada de los medios sociales y de las nuevas tecnologías, me preparo sin descanso para la nueva era, porque me gusta y porque me apasiona. Cada vez más Comunicación & Tecnología van unidos, como si de un sólo ente se tratara, presuroso y diligente, no sólo en las maneras sino también en las formas; las nuevas herramientas, la facilidad, la inmediatez... Compartir información que motive la inteligencia colectiva, me emociona.

Soy consultora de personal branding y te acompaño en la creación de tu marca perso-

nal, me dirijo a autónomos y profesionales, que no tienen tiempo, ni ganas para la gestión de su presencia online, identidad digital y diseño de su estrategia personal en redes sociales. Me dedico a la creación de proyecto personal online.

Esta actividad la compagino con la secretaría de cursos de la **Unitat Docent Multiprofesional d'Atenció Familiar i Comunitària** donde doy soporte a los responsables de docencia de medicina familiar y comunitaria de Barcelona.

Otra de las actividades que compagino juntamente con las anteriores, y la más importante, es la de madre de una parejita de terremotos, Max y Dana de 11 y 6 años respectivamente y por si alguien piensa que ya no me queda tiempo, también soy ama de casa.

J. Pablo Sanchez

La importancia del buyer's journey en tu marketing de contenidos

Un estudio realizado por Google entre más de 2000 usuarios revela que el 70 % del proceso de compra de los clientes de las empresas se realiza antes de contactar con un un comercial o equipo de ventas. Vamos a ver cómo implementar un recorrido adecuado para nuestro comprador en función de su ciclo de compra y a lo largo de su experiencia de usuario en nuestra web que lo lleve desde el descubrimiento hasta el proceso de cierre.

13:30h

Creative Exec. Director y prop. de A Small Job
agencia de Street, Event e Inbound Marketing



INFLUENCIA EN REDES
+8.650

Con mas de una década de experiencia en gestión y planificación de eventos, marketing digital y desarrollo de identidad corporativa para las principales marcas mundiales, he compaginado mi carrera profesional con la docencia a nivel nacional e internacional.

Nacido en Barcelona en 1973. Soy el último de una generación analógica no conectada. De pequeño en vez de pedir hacer actividades extraescolares, les pedí a mis padres un Spectrum zx1 y un curso de Basic, cobol, pascal, fortram, ms-dos.... A partir de esto me convertí sin saberlo en Hacker de gorra blanca en mi adolescencia. Mis inquietudes siempre fueron el concimiento y romper los status quo. Mi padre era anarquista y creo que eso influyo en mi pasión por el marketing de guerrilla y el mundo del hacking.

Con mas de una década de experiencia en gestión y planificación de eventos, marketing digital y desarrollo de identidad corporativa para las principales marcas mundiales, he compaginado mi carrera profesional con la docencia a nivel nacional e internacional. Mis hobbies son esquiar, pilotar aviones y colaborar con ONG'S. Actualmente me encuentro en la intersección donde se juntan el inbound marketing, la comunicación en vivo y el marketing digital.

CONECTA

in [juanpablosanchez](#)

🐦 [@jpsanchez](#)

📍 [asmalljob.com](#)

Esther Turón

Marketing para empresas: Como explotar el inbound marketing en tus estrategias de ventas y fidelizar a tus clientes, el marketing que sí funciona.

Optimiza tus resultados en publicidad generando una comunidad real de prescriptores que ayuden a mejorar tus beneficios y tu imagen. Consigue resultados invirtiendo en calidad sin necesidad de grandes presupuestos.

15:00h





CEO y CMO de SFC
empresas

Especialista en Marketing
online y Social Media
Management

INFLUENCIA
EN REDES

+12.750

CONECTA

-  estherturonperez
-  @huhuzgz
-  +EstherTurónPerez-arrobalovers
-  SFC Empresas



Let's do it!

Lo que nació como una Agencia de Marketing y Formación en solitario, es ahora una comunidad para profesionales y amantes del Marketing y el Social Media. En el cambio está el éxito, por motivos personales y estudios para mejorar mis conocimientos, tuve que parar el proyecto, es importante aprender a priorizar y elegir en cada momento.

Con mi proyecto de @lovers aprendí a gestionar una agencia de publicidad en todos los campos legal, administrativo y un largo etc. Un proyecto hecho con el corazón y la pasión que me caracteriza.

“Un buen proyecto no muere simplemente se transforma para convertirse en algo mejor” ;)

Actualmente retomando el proyecto y convirtiéndolo en algo nuevo **SFC Empresas**.

Apasionada por el aprendizaje continuo. Emprendedora nata, entusiasta del Social Media, TICs, Marketing online, nuevas tecnologías y las start ups.

Jose Gómez-Zorrilla

15:30h

Socio Director
Wind Up Estrategias



40.000
visitas mensuales

**INFLUENCIA
EN REDES**

+7.500

Cómo atraer tráfico a tu sitio web

basado en un caso real, os contaremos como el blog La Cultura del Marketing pasó en poco menos de 2 años a convertirse en un blog referente, gracias a las acciones de redes sociales, video blogs, newsletter, congresos y ferias, acciones offline, marketing directo, formación....

CONECTA

in josemanuelgomezzorrillasanjuan

🐦 @gomezzorrilla

g+ +JoseManuelGomezZorrillaSanjuan

🖱 laculturadelmarketing.com

Además soy blogger de La Cultura del Marketing, 3º Premio en los Premios de la Blogosfera de Marketing de 2014, y entre los 30 mejores blogs de marketing digital en los Premios Bitácoras 2014.

Más de 14 años de experiencia en marketing multisectorial en empresas como Vodafone España, Museo Picasso Málaga, Sicnova 3D, M&M Group Euroconsulting... liderando proyectos estratégicos y operativos de marketing, planes de marketing, creación y puesta en marcha de departamentos de marketing, planes comerciales, programas de fidelización, planes de comunicación y campañas de publicidad de nivel internacional, acciones de captación, campañas de marketing on-line, gestión de eventos y hospitality...

Actualmente Socio Director de WindUp Estrategias, mi propia empresa, especializada en proyectos de financiación y estrategia de marketing (digital y off line).

Los últimos 6 años he sido Director de Marketing del Museo Picasso Málaga, donde monté el departamento desde cero, gestionando e implantando políticas y estrategias de marketing 360 grados.

Además soy blogger de La Cultura del Marketing, 3er Premio en los Premios de la Blogosfera de Marketing de 2014, y entre los 30 mejores blogs de marketing digital en los Premios Bitácoras 2014.

Licenciado en Publicidad y RR.PP. por la Universidad de Málaga, Master MBA Executive por la Cámara de Comercio de Jaén, Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (GESCO) por ESIC Business and Marketing School y Master en Dirección de Marketing Digital por la Universidad de Málaga.

Alicia Rodríguez Ruiz

Ventajas de un twitter chat como herramienta de inbound marketing

Descubrirás como un canal social como Twitter puede utilizarse de una forma no intrusiva aprovechando las ventajas de eventos puntuales como son los tweetchats.

Se trata de dar a conocer una marca sin ser invasivos, atrayendo a los participantes del Twitter chat y a cada una de sus comunidades hacia la cuenta corporativa de forma más natural y potenciando su branding.

16:00h

Editora adjunta del blog de SEMrush en español.

Community Manager
Copywriter

**INFLUENCIA
EN REDES**

+4.100

CONECTA

in aliciarodriguezruiz
somechates

tw @aroru26
@SoMeChatES

u somechat.es



Inquieta por naturaleza y autodidacta por convicción, férrea defensora de la formación continua y amante de los idiomas.

Alicia decidió en su día cursar estudios universitarios en ciencias empresariales en la universidad del País Vasco, para entonces ya le gustaba estudiar idiomas, así que, compaginó la carrera en la universidad con el estudio de inglés y de euskera. Debido a estos estudios empresariales, en un principio enfocó su carrera profesional hacia la administración de empresas y trabajó durante más de quince años como responsable de contabilidad y finanzas en el sector privado pero llegó la crisis económica y la empresa no resistió el envite.

Hace unos años decidió dar un giro radical a su perfil profesional y aceptó el reto de subirse al tren de las nuevas tecnologías y de Social Media. Como todo tiene un porqué en esta vida, el premio a esta difícil decisión se traduce en que, de golpe, ha encontrado una profesión que le apasiona y con la que disfruta cada día de su trabajo. ¡La apuesta está teniendo recompensa!

Para llegar aquí, primero hubo que cursar un postgrado en Community Management que se sumaba a los estudios universitarios en Ciencias Empresariales y a un Máster en Gestión y Dirección de PYMEs.

Inquieta por naturaleza y autodidacta por convicción, férrea defensora de la formación continua y amante de los idiomas, desde hace casi un año lidera su propio proyecto de gestión de twitter chats para empresas y profesionales a través de #SoMeChatES. Esta gestión la compagina con su trabajo como gestora de contenidos para empresas siendo la CM y copywriter en JoseFacchin.com y recientemente se ha incorporado al equipo de la empresa SEMrush como editora adjunta de contenidos del blog en español.

Marc Soler

El marketing social como alternativa para Startups

¿Como hacemos nuestra startup?
¿Cuando hacemos el paso de una startup a una empresa?
¿Como hacemos crecer una idea de negocio sin recursos económicos?
Cómo introducir el marketing social en una idea de negocio o marca

17:00h

CEO – Fundador
trobarefeina.com



INFLUENCIA
EN REDES
+29.100

**Visitas mensuales:
media de 120.000
usuarios mes.**

Emprendedor por naturaleza, asesor y desarrollador de negocios. Apasionado de la tecnología e Internet. Convencido en la potencialidad de las personas en red.

Trobare Feina se fundó en 2011 con la idea de difundir anuncios de empleo por Internet de una forma ágil, cercana y transparente.

En la actualidad, el portal colabora con un gran número de empresas, fundaciones y ayuntamientos del país para dinamizar el mercado laboral y mejorar las competencias profesionales de las personas.

Los recursos que ofrecen las nuevas tecnologías son aprovechados al máximo por Trobare Feina, por lo que se ha convertido en un portal de referencia para las nuevas formas de búsqueda de empleo y de selección de personal. También ha servido para inculcar una buena dosis de cultura digital entre las empresas y el mercado laboral.

CONECTA

- in** marcsolermena
trobarefeina-com
- f** trobarefeina
- 🐦** @trobarefeina
- 📍** trobarefeina.com

Sharen Murnaghan

Eilis Boyle

Cómo funciona el marketing personalizado

Cómo aplicar la personalización a tus campañas de marketing

17:30h

**EMEA Partner Account
Manager
Principal Level 2, Hubspot**

**INFLUENCIA
EN REDES**

+1.400

CONECTA

in sharenmurnaghan

🐦 @sharenmurnaghan

**Eilis Boyle
Marketing Manager
Hubspot**

**INFLUENCIA
EN REDES**

+5000

CONECTA

in eilisboyle

🐦 @eilis_boyle



Love. Words often associated with love include butterflies, passionate, everlasting, and can't-live-without-it good. What if we added 'marketing' to that list? Marketing isn't something that makes people feel warm inside- but it could be. We, as marketers, have the unique opportunity to add a little bit of love to everyday life. Using marketing to earn the love of your prospects can

have a tremendous impact on your business. It allows you to start a movement of brand evangelists and advocates who will help you grow.



Con más de 20 años de experiencia en marketing y diseño, Eilis trabaja con Hubspot como Marketing Manager para el equipo responsable Europa, Africa y Oriente Media. Previo a Hubspot en Dublín ha trabajado en Asia y Latino America ayudando empresas a expandirse internacionalmente. Ha sido responsable de contenido y SEO para empresas de consumo como Groupon y también ha dirigido campañas

de marketing digital en seis idiomas para empresas del sector de lujo.

Apasionada de la experiencia del usuario, desde el contenido al diseño, lo que más le motiva son los retos multi-lingüísticos, culturales y de comportamiento que caracterizan los proyectos digitales internacionales.

Cuando no está haciendo inbound trabaja como consultora en el área de diseño y UX para micro empresas y ONG's como Slow Food.

Roger Bretau

La importancia del email en el marketing que enamora

Los asistentes aprenderán el valor del email marketing en el seno del inbound marketing a la hora de generar confianza, autoridad y credibilidad, elementos esenciales para generar ventas. Se mostrará cómo cualquier tipo de proyecto puede crecer utilizando el email y el contenido de valor como eje principal de su estrategia.

18:00h

Director de marketing
de LaTostadora.com



INFLUENCIA
EN REDES

+3.750

CONECTA

in rogerbretau
tw @rogerbretau
g+ +RogerBretau
📍 marketingenredes.com

Licenciado en Periodismo, Roger pronto optó por formarse en comunicación corporativa y, después, en el ámbito digital, para completarlo con un Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. Centrando su actividad en el campo digital, ha obtenido las certificaciones de Google de Google Adwords y Google Analytics y la de Inbound Marketing por Hubspot. Ha trabajado tanto en agencia como en cliente final y ha partici-

pado en diferentes proyectos a nivel personal. Suele decir que algunos de ellos le han enseñado "cómo no hacer las cosas, algo que es realmente importante". Actualmente, además de ejercer como director de marketing en el sector e-commerce (LaTostadora.com), gestiona [Marketing en Redes](#), desde donde ayuda a freelancers y emprendedores en su andadura digital. Está casado y tiene dos hijos.

Centrando su actividad en el campo digital, ha obtenido las certificaciones de Google de Google Adwords y Google Analytics y la de Inbound Marketing por Hubspot.

**Influencia
en redes de
los ponentes**

+195.750

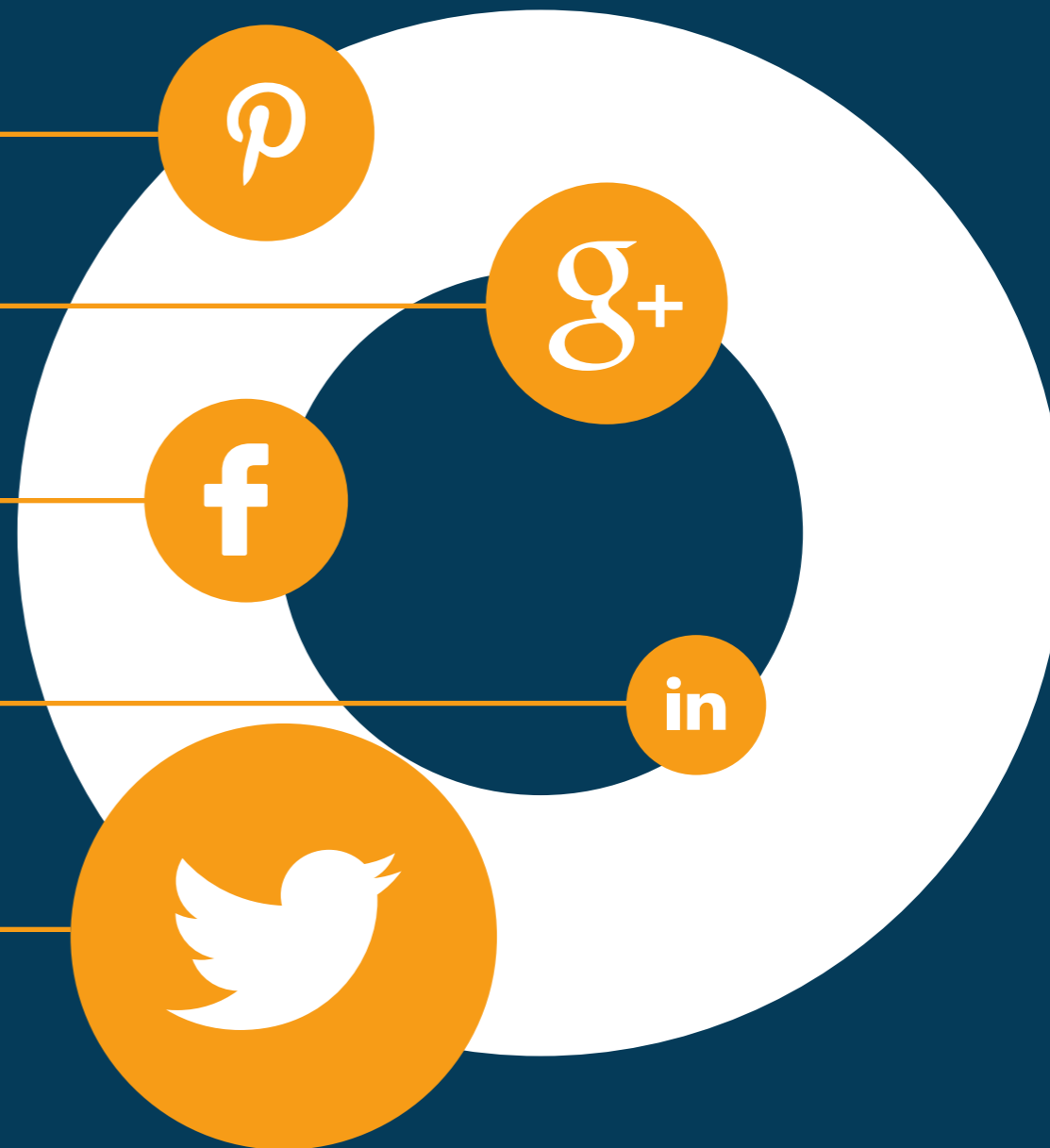
+30.300

+35.200

+32.300

+26.300

+71.650



INBOUND MARKETING DAY BCN

27-10-2015
09:00h

ESADE Creapolis

Avenida Torreblanca, 57, 08172
Sant Cugat del Vallès

**Si no quieres perdértelo,
solo tienes que hacer click**

No es lo mismo que te lo cuenten que vivirlo, así que te esperamos el día 27 de Octubre en ESADE Creapolis. Y, si por algún motivo no puedes venir, podrás visionarlo por streaming a tiempo real

También podrás disfrutar y recordar de nuevo las ponencias por diferido a través de Youtube, apúntate y te avisaremos cuando estén disponibles.

Asistiré

Lo veré

Lo veré después

La recaudación de las entradas será donada
en su totalidad a la Obra Social San Juan de Dios.

A beneficio de:



**Nos vemos
el 27 de Octubre
en ESADE Creapolis**



Empresas patrocinadoras



Empresas colaboradoras



Organizadores



Roger Llorens



Jordi Navarrete

Inboundemotion

AGENCIA D'INBOUND MARKETING I CREATIVITAT

Equipo de Inbound Emotion



**INBOUND
MARKETING
DAY BCN**