Congreso Extremeño Marketing Digital Puntos Claves de las Ponencias por Juan Luis Mora

El día 16 de noviembre de 2017 se ha celebrado en Badajoz el primer Congreso Extremeño de Marketing Online patrocinado por diversas entidades, empresas y profesionales como Juan Luis Mora Consultor de Marketing Online quien también redacta esta nota de prensa con las claves que han dado cada uno de los ponentes

Oficialmente las ponencias han sido desde las 9:30 hasta más o menos las 15:00 horas y los ponentes, en orden de aparición según el programa oficial, han sido: Carmen Figueras, Ernesto Bustamante, Phillippe González, Miguel Florido, Tristán Elósegui, Elena Charameli y Carlos Fernandez Guerra. Entre los patrocinadores podemos destacar herramientas como SemRush, entidades como IberCaja y profesionales freelance del Marketing digital como Juan Luis Mora.

Listado y resumen de ponencias:

¿Cómo vender con redes sociales? por Carmen Figueras. En esta primera ponencia Carmen Figueras que se ha centrado en cómo apoyarse en redes sociales para vender o conseguir conversiones tanto como refuerzo de la marca personal, tema que ha aparecido en repetidas ocasiones durante el congreso, tanto como venta directa con ejemplos prácticos.

CRO, Usabilidad y Neuromarketing orientados a mejorar la conversión por Ernesto Bustamante. Interesante Charla enfocada en mejora de conversión optimizando páginas de producto en eCommerce y landing pages para otros tipos como venta de servicios o manuales. Centrándose en esto puntos básicos: Diseño limpio, hero shot para atrapar, recorrido visual, título impactante y directo (copywriting, formularios con los campos justos CTA bien destacada junto a un mensaje atractivo sin olvidar el Social Proof (fuente).

Instagram, la revolución social fotográfica cumple 7 años por Phillippe González creador, entre otros muchos proyectos, de nstagramers.com. En su ponencia ha explicado parte de su trayectoria profesional y ha explicado un interesante concepto sobre la importancia del tiempo y el ahora en Social Media. Además de la esperada explicación del fenómeno Instagram: 'Con más de 800 millones de usuarios y más de 100 millones de fotos subidas al día, Instagram se ha convertido en uno de los fenómenos más importantes en redes sociales de los últimos años. No solamente cambió la vida de millones de personas, pero también su relación con la fotografía, el video y la publicidad. Instagram llegó, marcó tendencias, creó nuevas modas basadas en inéditas formas de comunicar, de relacionarse y de promocionar tanto marcas personales, empresas, sus productos y servicios... ¡Hoy ya nadie se resiste a Instagram!' (fuente)

Descubre cómo la Marca Personal es decisiva en tu Futuro por Miguel Florido CEO de Marketing and Web quien ha narrado cómo se atrevió a dar el paso del profesor universitario a CEO de su propia empresa. Durante su charla ha incidido, tal como en la primera charla, en el refuerzo de la marca personal mediante redes sociales y diseño corporativo haciendo también incapié en los puntos que no se deben tocar como política, religión y demás.

El arte de trazar estrategias digitales para conectar con tu audiencia por Tristán Elósegui quién ha estado explicando el Purchase Funnel y su importancia dentro del proceso de venta enfocando especialmente en que 'no todo es venta, también existen las microconversiones'; haciendo

de nuevo referencia a marca y, la captación de tráfico y la conversión pero no sólo desde el número de ventas.

Soluciones creativas para optimizar campañas de Google Adwords, Facebook, Instagram y Youtube por Elena Charameli quien ha dado una charla muy al estilo de Vilma Nuñez cargada de utilidades y consejos. Sobre el aspecto que más ha incidido es en la importancia del uso de remarketing o retargeting en las campañas publicitarias incluso utilizando sólo está técnica si el presupuesto no es elevado.

Social Media: Y ahora, ¿cómo conectamos con la audiencia? por Carlos Fernandez Guerra quién ha explicado la presencia del yoismo y el postureo en las redes sociales y como esos fenómenos pueden afectar más a la reputación online y huella digital que una campaña publicitaria.

Datos de contacto:

Juan Luis Mora Blanco

Consultor de Marketing Online

640048843

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

Categorías: [Comunicación Marketing Emprendedores E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>