

El congreso de marketing Canarias Digital regresa a las islas para su III edición

Canarias Digital vuelve a las islas para su III edición los días 3, 4 y 5 de octubre en las instalaciones de MentorDay, en Santa Cruz de Tenerife. En esta ocasión, el congreso estará formado por una serie de ponencias, talleres y casos de éxito que enseñarán a los asistentes la importancia de la estrategia de marketing digital para el funcionamiento de sus empresas

Los próximos días 3, 4 y 5 de octubre tendrá lugar Canarias Digital, único evento del archipiélago dedicado íntegramente al marketing digital. El congreso, que en esta edición cuenta con la colaboración del Gobierno de Canarias, estará compuesto por una serie de talleres, ponencias y casos de éxito que buscarán traer las últimas novedades del marketing a las islas para fortalecer el tejido empresarial del archipiélago.

Este año, el evento vuelve para su III edición con una importante novedad: se traslada de la zona sur, donde venía celebrándose, a la capital tinerfeña. De esta forma, se pretende acercar a más profesionales y empresarios las últimas novedades del mundo digital y así aumentar la competitividad de las empresas de las islas.

El evento está dirigido a empresarios, autónomos y emprendedores que deseen nutrirse de conocimientos digitales que les permitan resaltar sus proyectos empresariales frente a su competencia. Con este fin, el congreso estará compuesto por 19 ponencias, 1 mesa redonda y 8 talleres prácticos que abordarán temas que buscarán dotar a los asistentes de los instrumentos necesarios para mejorar la estrategia online de las empresas.

En esta edición, el congreso se realizará en la ciudad capitalina, concretamente en las instalaciones de la aceleradora MentorDay, única plataforma independiente y sin ánimo de lucro en España que ayuda a las personas a poner en marcha sus proyectos empresariales.

Para la directora del evento, Nana González, esta nueva localización pretende dar respuesta a “las continuas peticiones que recibíamos y que pedían que trajésemos Canarias Digital a la capital”. González también recalcó su agradecimiento a MentorDay ya que gracias a su apoyo se ha podido “acercar el congreso a la mayor parte del panorama empresarial de la isla”.

Así mismo, González destacó que fueron muchas personas las que “no pudieron asistir a las ediciones anteriores por problemas laborales, de movilidad, o económicos”. En este sentido, trasladar el evento al centro neurálgico de la isla va a permitir “mejorar la competitividad de las empresas a través de una formación innovadora y adaptada a los nuevos tiempos que vivimos”.

Por su parte, la consultora de marketing y ponente del evento Elena del Real destacó que asistir a

Canarias Digital supone una oportunidad para conocer todas las tendencias en marketing digital. A su juicio, asistiendo al congreso “los empresarios y emprendedores se empaparán de las mejores estrategias, trucos, casos específicos de éxito y sobre todo de experiencia de la mano de los mejores profesionales del sector”.

No obstante, y pensando en todos aquellos que no puedan acercarse a Santa Cruz, vivan en otras islas o en cualquier otra parte del mundo, podrán acceder a las ponencias a través de una conexión streaming de alta calidad. Aquellos interesados en esta opción podrán adquirir su pase a través de la web <https://canarias-digital.com>.

Formación e innovación: la receta del crecimiento

Este congreso, que desde su primera edición se posicionó como pionero en el archipiélago, pretende una vez más hacerse eco de cómo el marketing ha cambiado radicalmente gracias a la tecnología, el Internet y las redes sociales.

No obstante, en esta edición Canarias Digital ira un paso más allá e incluirá en su repertorio temas más específicos sobre las Redes Sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, WhatsApp como herramientas de marketing y SEO, entre otras. Con estas nuevas temáticas se pretende fomentar un método de formación continua, vital para reforzar las acciones comerciales de las empresas, y por consiguiente, mejorar los resultados de las mismas.

Para Nana González, “es muy importante que el archipiélago apueste una vez más por este tipo de iniciativas formativas ya que son una muestra del crecimiento y maduración del sector empresarial”. De la misma forma González recalcó que este tipo de formación se convierte en el vehículo más efectivo para “poner a la vanguardia el panorama empresarial canario”.

En este sentido, González también alabó la labor que realiza la aceleradora MentorDay con los emprendedores del archipiélago y subrayó la importancia de que “entidades públicas y privadas trabajen de la mano para lograr un tejido empresarial más fuerte en las islas”.

Talleres prácticos

La III edición de Canarias Digital contará con expertos de talla nacional e internacional que abordarán temáticas propias del marketing digital. La primera jornada estará destinada a una serie de talleres prácticos que proveerán a los asistentes no solo de conocimientos teóricos, sino también de las mejores formas de sacarle partido poniéndolos en acción.

La jornada se abrirá a las 8:00am con el taller “Creación del perfil profesional y de empresa en LinkedIn” que estará a cargo de la consultora de marketing Elena del Real. Esta formación enseñará a los asistentes a crear desde cero un perfil en LinkedIn, una red social de vital importancia para profesionales y pymes ya que les permite posicionar su marca en un contexto íntegramente empresarial.

Más tarde, la diseñadora gráfica Keyla Valerio se pondrá al frente del taller “Imágenes de marca que venden” en donde se instruirá en la importancia de la imagen en la construcción de marca. Valerio destacará en este taller la importancia de cuidar hasta el mínimo detalle de la imagen ya que es la que permite a las empresas conectarse con su audiencia y generar una percepción positiva.

Bajo el nombre “Herramientas y Estrategias para potenciar tu canal de YouTube” el experto en marketing digital y social media Hugo Cotro enseñará a los asistentes las técnicas para potenciar los canales en esta plataforma y conseguir que el contenido llegue a más clientes potenciales.

Más tarde, el Director de proyectos de programación, desarrollo web y estrategias de marketing online, Javier Parra dictará el taller “Plan de Acción a 11 pasos. Cómo diseñar un Funnel que funciona”. Esta formación dotará de las herramientas necesarias para generar una estrategia de ventas online efectiva para todo tipo de productos y servicios.

Después, y bajo el paraguas de la empresa de monitorización Atribus, tendrá lugar el taller “KPI’s para redes sociales y analítica web” En donde se enseñará las técnicas más efectivas para medir y analizar los resultados e implementar las estrategias necesarias.

La jornada de talleres cerrará con la intervención del consultor y formador de marketing, Marco Novo quien hablará sobre el “Desarrollo de relaciones y negocios con videos en directo”. El llamado livestreaming es una herramienta cada vez más usada por las empresas para llegar de forma inmediata y directa a los consumidores. Saber gestionar su uso de forma efectiva permite maximizar sus resultados y llegar efectivamente a los usuarios.

Ponencias del congreso

Los días 4 y 5 de octubre estarán destinados a las ponencias del congreso. Estas intervenciones estarán a cargo de conferenciantes de nivel tanto nacional como internacional. Personalidades del mundo digital como la comunicadora social y docente en marketing estratégico María Díaz o el investigador y experto en social media, Miguel Pujante enseñarán a los empresarios, emprendedores y profesionales independientes las mejores técnicas para poner en valor la estrategia online de los negocios.

El primer día de ponencias estará dedicado íntegramente a cómo utilizar las redes sociales como herramienta de venta. Abordar estas temáticas es un elemento muy importante para las empresas ya que según el estudio anual de redes sociales IAB 2018, el 27% de los usuarios confía más en marcas que están presentes y activas en Facebook, Twitter o Instagram que en otras que no lo están. Además, el 57% de los usuarios busca primero en las redes antes de tomar una decisión de compra, lo que da muestra de su gran potencial comercial.

Por eso, y siendo conscientes de la importancia de las redes sociales en el proceso de compra, durante toda la jornada se impartirán una serie de ponencias que enseñaran a los empresarios y emprendedores las herramientas que ofrece el social media para vender más y mejor.

Ese mismo día tendrá lugar una mesa redonda llamada “¿Los medios sociales venden?” Donde personalidades como la experta en marketing y emprendimiento, Estefanía Cárdenas o el especialista en copywriting Dominic Jay entre otros, debatirán acerca de la comercialidad de las redes sociales.

El segundo día de conferencias estará dedicado a temáticas más técnicas. En concreto, se tratarán materias cómo la mejora de la visibilidad de los sitios web, la gestión estratégica, SEO y tráfico web entre otras. Estas disciplinas permitirán a los asistentes a optimizar los resultados de sus negocios a través de las herramientas que ofrece el marketing digital.

Además, durante las ponencias se intercalarán casos de éxitos de empresas del archipiélago que han conseguido destacar a través de una buena estrategia de marketing digital. Así, los asistentes podrán conocer de primera mano los beneficios reales que puede ofrecer el mundo online a sus proyectos. Algunas de estas empresas serán Tuvity, la casa de los balcones entre otras.

Otra gran novedad que trae esta III edición de Canarias Digital es la sección llamada OpenLAB, donde bajo la tutela del comunicador Jose Navarro, y gracias al apoyo de Caixa Bank, se otorgarán premios valorados en mas de 3000€ a la mejor solución estratégica de innovación.

Datos de contacto:

Karla Gásperi
687672318

Nota de prensa publicada en: [Santa Cruz de Tenerife](#)

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>