

Hacia un Marketing más Honesto, Abierto y Centrado en las personas

MARKETING 2.0

¿EL MARKETING DE HOY ES TAN EFECTIVO COMO ANTES?
¿QUÉ PIENSAN DEL MARKETING LOS "NATIVOS DIGITALES"? ¿QUÉ ES LA ACTITUD 2.0?
¿MARKETING ENGAÑOSO PARA CONSUMIDORES INTELIGENTES Y BIEN INFORMADOS?
¿CÓMO PUEDE INFLUIR LA WEB 2.0 EN LOS MODELOS DE MARKETING?
¿QUÉ ES "CROWDSOURCING"? ¿SIGUE FUNCIONANDO LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO CONVECCIONAL?
¿QUÉ HERRAMIENTAS 2.0 PUEDEN MEJORAR EL MARKETING DE TU EMPRESA?
¿REDES SOCIALES, SISTEMAS DISTRIBUIDOS, TOLERANCIA AL ERROR Y QUÉ MAS...?

Son éstas algunas de las preguntas que se van a responder en esta charla que dará Amalio A. Rey, Director de eMOTools SL, invitado por el [Club Marketing Málaga](#)

A estas alturas nadie que conoce la **Web 2.0** se atrevería a encasillarla como un fenómeno meramente tecnológico pero sigue siendo necesario insistir en que se trata de una **ACTITUD** más que de una familia de tecnologías.

Si convenimos que la **Web 2.0** (como un conjunto de tecnologías de Internet que facilitan, más que nunca, el trabajo colaborativo y abierto), multiplica la capacidad de comunicación, entendida ésta como la conversación entre personas con intereses comunes, es lógico pensar que tiene un fuerte impacto en el Marketing, que consiste en un proceso esencialmente conversacional gracias a interacciones sucesivas entre proveedores y clientes, y entre estos en comunidad.

No es el futuro, ¡¡ YA ESTA AQUÍ!! La revolución digital está cambiando el modo de hacer negocios, y también de hacer marketing. Las empresas que no comprendan esto se pueden ver en dificultades en la medida que las nuevas generaciones de usuarios y consumidores exijan más protagonismo en los mercados y la sociedad.

El **Marketing 2.0** no está limitado a los negocios digitales, ni debe ser entendido en su acepción más estrecha como el marketing basado en "redes sociales". Este seminario servirá para comprender que la Actitud 2.0 tiene amplia vigencia para cualquier tipo de empresa, y sobre todo para repensar el Marketing en términos más humanos.

Temas a Abordar

A Continuación se avanzan temáticas que se abordarán durante el seminario:

-Marketing con sentido común:

Tres palabras clave y tres fuentes de problemas.

-Marketing ético.

Producto vs. Comunicación. Crisis de la Publicidad.

-¿Qué está cambiando?:

Los Nativos Digitales.

El consumo inteligente. La humanización del mercado.

Hazlo tu mismo. Confianza y reputación en los tiempos de internet: redes sociales y P2P.

-Web 2.0: ¿Que es?

Lo 1.0 vs 2.0 en la empresa.

La Actitud 2.0 en el profesional del Marketing

-Marketing de conversaciones:

La empresa conversadora que aprende en comunidad.

-Investigación de mercado:

¿La hacemos bien?

¿Vale la de siempre?

En productos muy innovadores, ¿tiene sentido?

-Pensamiento de diseño y empatía de complejidad.

-Productos abiertos, experimentación y serendipity.

Perpetuo Beta

-Transparencia y Marketing de código abierto.

Recuperar la inocencia

- Marketing, innovación abierta y crowdsourcing

-Debate entre los participantes, ejemplos y aplicación del modelo a situaciones concretas.

Patrocina



Colabora

