



El Branded Content está despertando un creciente interés en el sector publicitario: la última edición del estudio Content Scope habla de que el 88% de los anunciantes han realizado ya acciones de BC, invirtiendo en ellas el 11% de sus presupuestos.

Este aumento en los niveles de inversión aconseja redoblar nuestros esfuerzos en la medición de la eficacia del Branded Content.

El presente curso permitirá a los asistentes conocer las métricas más actuales en la medición de la eficacia del Branded Content, así como ser capaces de tomar decisiones sobre los proyectos, basadas en estas métricas.

Imparte:



Cristina Viúdez, Partner Business Planning en Mindshare Spain. Empezó en el mundo de las agencias de medios hace más de 20 años en The Media Partnership. Tras esta experiencia, formó parte del equipo de MindShare, de Media Planning y de GroupM para finalmente volver a MindShare en 2009. Desde mayo 2014 es la responsable del área de investigación y pertenece al comité de dirección de la compañía. Desde 2016 colabora con BCMA formando parte de la Comisión de Medición e Investigación.

Contenido:

- . Estudio Content Scope sobre la percepción del Branded Content en España.
- . Medición cuantitativa: metodologías de medición, press clipping, escucha buzz y RRSS, medición de ROI, modelos econométricos.
- . Medición cualitativa: metodologías declarativas, medición en laboratorio y comunidades online. Observación: facial, eye tracking y neurociencia.
- . Branded Content Suite desarrollado por IPSOS para BCMA.

¿A quién va dirigido?

Este curso está concebido para profesionales de publicidad y marketing interesados en adquirir las competencias para la elaboración de cuadros de mando de KPIs en proyectos de branded content, así como para la toma de decisiones basadas en los mismos.

Duración:

5 a 10 horas lectivas.

BCMA es el capítulo español de la Branded Content Marketing Association, ampliamente implantada en todo el mundo. Trabajamos en la divulgación del Branded Content como herramienta de comunicación de marca complementaria a la publicidad.