

¿CÓMO ELEGIR UN FORMATO DE BRANDED CONTENT?

¿Cuál es el formato más adecuado
para tu proyecto de Branded Content?



bcma
spain
branded content
marketing association

¿CÓMO ELEGIR UN FORMATO DE BRANDED CONTENT?



¿Con qué criterio escoges el formato de contenido que vas a producir para tu marca?

¿Un blog porque es lo que siempre se ha hecho en tu sector? ¿Un cortometraje porque es el formato de moda últimamente? ¿Una webserie porque se puede estrenar con facilidad en YouTube?

¿No crees que es importante encontrar una forma más rigurosa de decidir?

Presentación

Formatos editoriales digitales e impresos, cine, tv, vídeo bajo demanda en directo, de actualidad, ficción o no ficción, radio, podcasts, audiolibros, música, experiencias físicas y digitales, videojuegos... Son solo una parte de los distintos formatos de contenido que en BCMA hemos estudiado exhaustivamente en nuestra guía FOCO.

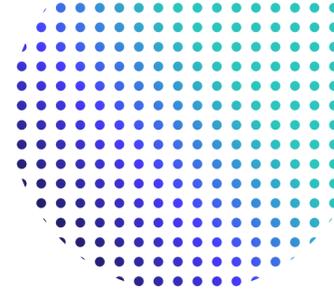
Sabemos lo difícil que resulta escoger entre tal abanico de posibilidades a la hora de formular una estrategia de Branded Content.

Por eso hemos preparado este curso para ti. Estás ante el único curso monográfico que te permitirá decidir entre estos formatos desde el rigor y con un criterio claro.

FORMATO DE BRANDED CONTENT



FORMATO DE BRANDED CONTENT



¿Por qué escogerlo?

Práctico

El curso ofrecer una solución 100% práctica para uno de los problemas más recurrentes en el ámbito del Branded Content. ¿Qué formato es el más apropiado para los objetivos de tu proyecto y la categoría en la que compites?

Profesional

Impartido por profesionales de BCMA con perfiles híbridos de branding y producción de contenido. Eso te garantiza que entendemos los lenguajes que emplean los grandes productores de contenidos y que sabemos interpretar las necesidades de las marcas.

Adaptable

La formación in house de BCMA se adapta a las necesidades de tu empresa, pudiendo amoldar el número de horas a tus requisitos y poner el énfasis de aprendizaje en tus prioridades concretas.

¿A quién va dirigido?

Profesionales del marketing, la publicidad y la comunicación que deseen ganar en rigor metodológico en sus planes de contenido.

Duración del curso:

4 horas.

CURSO PARA
PROFESIONALES
MARKETING
& PUBLICIDAD

Programa

Módulo 1 – La guía FOCO

- a) Entendiendo la guía FOCO: naturaleza, canal y clase
- b) Un repaso exhaustivo a la guía con ejemplos prácticos

Módulo 2 – ¿Cómo decidir? La matriz de contenidos

- a) Categorías emocionales y racionales
- b) Contenidos que actúan sobre las percepciones y sobre la conducta



¡MUCHAS GRACIAS!

www.bcma.es | info@bcma.es

¡Síguenos en redes sociales!

@bcmaspain



Asociación sin ánimo de lucro abierta a la participación de empresas implicadas en la cadena de valor del #BrandedContent