

¿TU BRAND CONTENT ES EFICAZ?

Metodologías para medir la eficacia
de tu branded content.



boc
ma
spain
branded content
marketing association

¿TU BRANDED CONTENT ES EFICAZ?

- METODOLOGÍAS DE MEDICIÓN •



Aprenderás a determinar los kpis correctos para medir la eficacia de tu Branded Content.

La medición del Branded Content empieza al inicio de la planificación estratégica, cuando definimos sus objetivos y no solo al final del proceso. Con estos recursos serás capaz de tomar decisiones fundamentadas en datos que ayuden a tu marca a crecer.

Presentación

La formación de rigor destinada a profesionales del marketing, la publicidad y la comunicación en la que aprenderás a determinar los kpis correctos para medir la eficacia de tu Branded Content, sin que te líen.

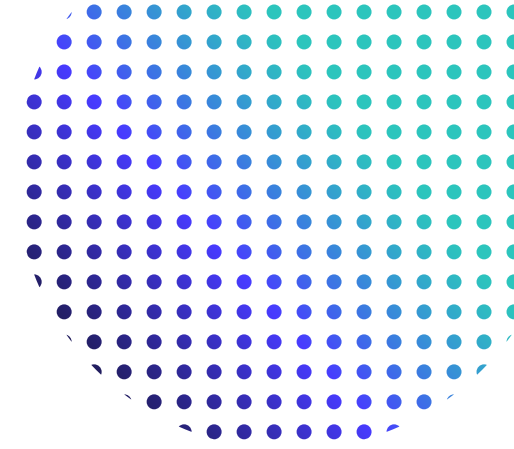
El Branded Content está despertando un creciente interés en el sector publicitario: la última edición del estudio Content Scope habla de que el 88% de los anunciantes han realizado ya acciones de BC, invirtiendo en ellas el 11% de sus presupuestos. Este aumento en los niveles de inversión aconseja redoblar nuestros esfuerzos en la medición de la eficacia del Branded Content.

Ahora sí vas a entender qué le puedes pedir a tu Branded Content, tanto como contenido como comunicación de la marca y cómo medir el retorno de la inversión.

MEDICIÓN DEL BRANDED CONTENT



MEDICIÓN
DEL BRANDED
CONTENT



¿Por qué escogerlo?

Práctico

El curso te propondrá un marco de indicadores viables para medir el Branded Content y te ayudará a defender la viabilidad de un Branded Content en tu trabajo, con un enfoque práctico para saber cómo hacerlo, pero sin olvidar explicar por qué se hace.

Profesional

Lo impartimos profesionales del mundo de la investigación, pioneros en la medición de casos de Branded Content en España y del mundo de las marcas que hemos tenido que lidiar con métricas de marketing inapropiadas para la evaluación de los contenidos y de su aportación para la marca.

Adaptable

La formación in house se adapta a las necesidades de tu empresa, pudiendo acomodar el número de horas a tus requisitos y poner el énfasis de aprendizaje en aquello que más desees.

¿A quién va dirigido?

Si eres un profesional del marketing, la publicidad y la comunicación que desea mejorar sus competencias a la hora de analizar el desempeño del Branded Content y evaluar el retorno de tu inversión, éste es tu curso.

Duración del curso:

10 a 20 horas.

CURSO PARA
PROFESIONALES
MARKETING
& PUBLICIDAD

Programa

Módulo 1 – Estudio Content Scope

Estudio referente en el mercado sobre el estado del BC, sus fortalezas y sus debilidades. Necesario para entender el rol de la medición en la disciplina.

Módulo 2 – Medición cuantitativa

Metodologías declarativas, métricas cuantitativas del seguimiento de la activación, press clipping, escucha social, medición de ROI.

Módulo 3 – Medición cualitativa

Neuro aplicado al Branded Content, facial coding, eye tracking; comunidades online para pre-test de contenido, interés generado, encaje con la marca, etc.

Módulo 4 – Formulando tu estrategia de contenido

Branded Content Suite: modelo de medición desarrollado por IPSOS para BCMA.



¿Qué preguntas te ayudaremos a responder?

- a) Cómo establecer objetivos de Branded Content claves para tu marca y para tu negocio.
- b) ¿En qué momento del embudo del customer journey quieres poner a trabajar tu Branded Content?
- c) Las 10 mejores métricas para evaluar el éxito del Branded Content.
- d) Consejos para elegir bien el mix de métricas de difusión y métricas de contenido para tu Branded Content.
- e) ¿Cómo podemos evaluar el Branded content sin olvidar nada? Integrando en el análisis no sólo el contenido, sino también la valoración de la plataforma en la que lo difundimos y el impacto para la marca.
- f) Test & Learn ó como la medición nos ayuda a optimizar el contenido.
- g) Conoce bien el trío de kpis con el que se mide la eficacia del Branded Content: atención, engagement e impacto.

Prácticas

¿Cómo definir tus objetivos y kpis?

Workshop práctico en el que aplicarás los conocimientos adquiridos.

¿Quieres saber cómo otras empresas están midiendo su branded content?

¿Cómo crear un dashboard de indicadores?

Caso práctico de investigación aplicada a Yoigo.

CURSO
PRACTICO



¡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