

# MARKETING 2.0

## Innovando el marketing



## Hacia un marketing más honesto, abierto y centrado en las personas

¿El Marketing de hoy es tan efectivo como antes? ¿Qué piensan del Marketing los “nativos digitales”? ¿Marketing engañoso para consumidores inteligentes y bien informados? ¿Qué es la *Actitud 2.0*? ¿Cómo puede influir la Web 2.0 en los modelos de Marketing? ¿Siguen funcionando la Investigación de Mercado convencional? ¿Qué herramientas 2.0 pueden mejorar el marketing de tu empresa? ¿Qué es “crowdsourcing”? ¿Redes sociales, sistemas distribuidos, tolerancia al error y qué más...?

Son éstas algunas de las preguntas que se van a responder en este programa formativo que imparte [eMOTools](http://www.emotools.com).

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 debe servir 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.

### Objetivos:

Los objetivos de este curso son los siguientes:

- **Discutir** los errores y carencias del marketing actual para dar respuesta a los nuevos desafíos del mercado, y por qué el (viejo) marketing está en crisis.
- **Dotar** a los participantes de conocimientos básicos sobre los principios que rigen el “marketing 2.0”, o marketing de la web social.
- **Demostrar** la necesidad de un Marketing centrado en las personas y en sus expectativas más legítimas, poniendo hincapie en la “experiencia de usuario” y no en la publicidad.
- **Familiarizarse** con los múltiples canales que las empresas pueden utilizar para unirse a la gran “conversación” que se produce en Internet
- **Aprender** cómo puede mejorar la “presencia” de la empresa en los medios digitales para promover productos y servicios innovadores mediante un “marketing de conversaciones”
- **Aprovechar** la interacción y mutuo reforzamiento que se produce entre las distintas herramientas 2.0 para realizar un marketing robusto y coherente.

### Temas a tratar en el Taller:

El taller abarca las temáticas siguientes:

1. **Marketing con sentido común:** Tres palabras clave y tres fuentes de problemas.
2. **Marketing ético. Producto vs. Comunicación.** Crisis de la publicidad.
3. **¿Qué está cambiando?:** Los Nativos Digitales. El consumo inteligente. La humanización del mercado. Hazlo tú mismo. Confianza y reputación en los tiempos de Internet: redes sociales y P2P.
4. **Web 2.0 o “Web Social”:** ¿Qué es? Lo 1.0 vs. 2.0 en la empresa. La actitud 2.0 en el profesional del Marketing
5. **Marketing de conversaciones:** La empresa conversadora que aprende en comunidad.
6. **Investigación de mercado:** ¿la hacemos bien? ¿vale la de siempre? ¿en productos muy innovadores tiene sentido?
7. **Pensamiento de Diseño** y empatía en entornos de complejidad.
8. **Productos abiertos**, experimentación y serendipity. Perpetuo Beta
9. **Transparencia** y Marketing de código abierto. Recuperar la inocencia
10. **Marketing**, innovación Abierta y crowdsourcing
11. **Debate** entre los participantes, ejemplos y aplicación del modelo a situaciones concretas.

Para más información:

[www.emotools.com](http://www.emotools.com)

[ines@emotools.com](mailto:ines@emotools.com)

tlf. (+34) 952020608