

cofae

coordinadora de ferias
de artes escénicas
del estado español

PROPUESTA DE TALLER

**cómo utilizar
el **email marketing**
para optimizar
nuestra estrategia de
comunicación**



 teknecultura

1/ENE/2016

justificación



el **email marketing** es uno de los medios más accesibles, utilizados, económicos y efectivos para comunicarnos con nuestros públicos y nuestras comunidades

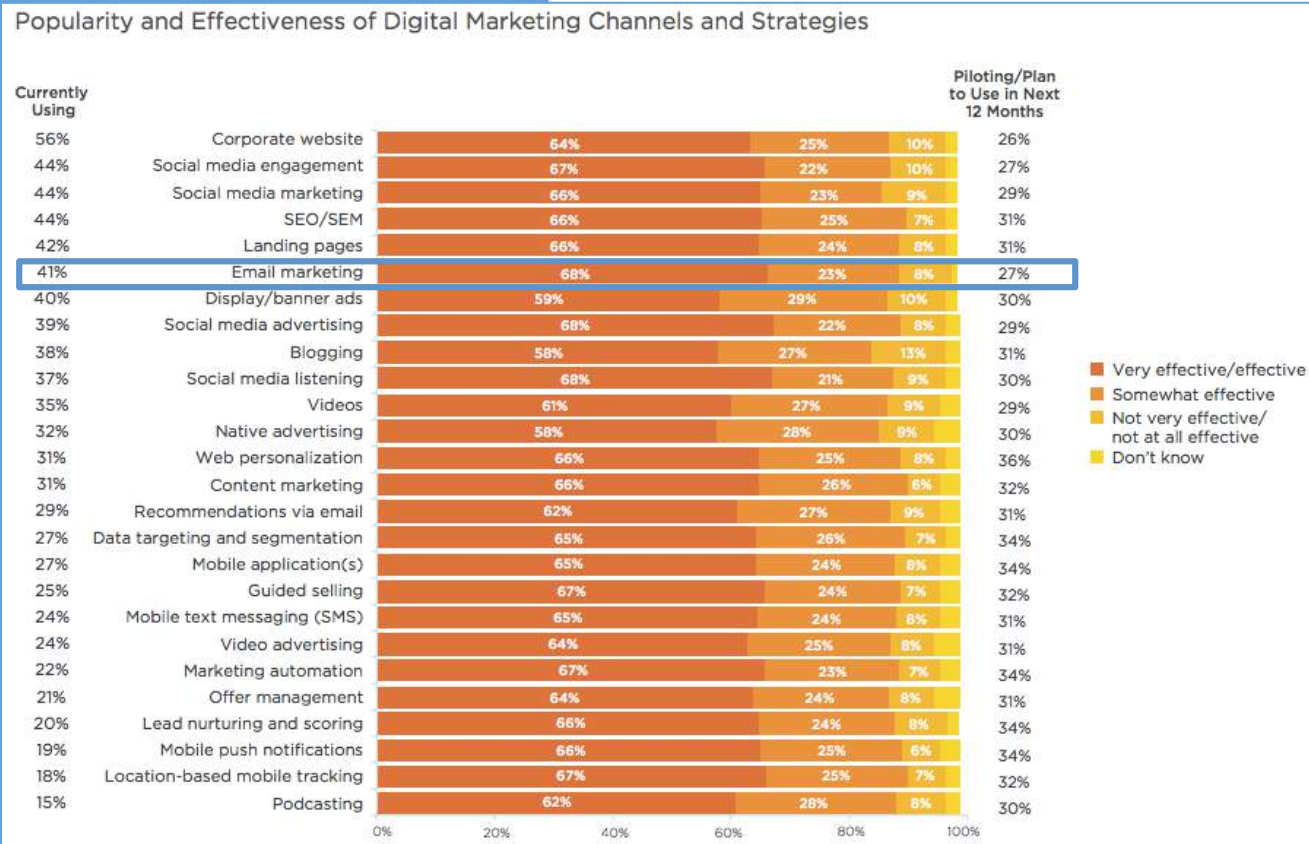
se trata de una comunicación

- individualizada, por más que se tienda al envío masivo de correos electrónicos a los que forman parte de nuestra base de datos
- cómoda para el destinatario
- que ofrece interesantes y medibles ratios de conversión
- económica en relación con otros canales



justificación

el **email marketing** es uno de los canales más efectivos de comunicación



fuelle: 2015 State of Marketing, Salesforce
https://secure.sfdcstatic.com/assets/pdf/datasheets/mc_2015stateofmarketing.pdf

justificación



conseguir nuestros objetivos de comunicación a través del **email marketing** no es tarea fácil:

- hemos de ser capaces de ofrecer contenidos relevantes y útiles para los destinatarios
- y, además, destacar del resto de la lista de correos que aparecen en las bandejas de entrada y, por desgracia, en la bandeja de *spam*

una correcta estrategia de **email marketing** (integrada en la estrategia de contenidos) y una elaboración correcta de los correos electrónicos nos ayudarán a incrementar sus ratios de apertura i clic.

objetivos



pensar estratégicamente en el **email marketing** como canal idóneo para la comunicación y el marketing

implementar, de manera inmediata, con criterios estratégicos, herramientas y técnicas para optimizar la estrategia de comunicación a través de **email marketing**

segmentar y gestionar listas de destinatarios a través del **email marketing**

establecer métricas e interpretar informes de cumplimiento de objetivos de comunicación a través del **email marketing**

dirigido a



artistas y compañías de artes escénicas

productoras y distribuidoras de espectáculos

gestores culturales

responsables de marketing y comunicación de organizaciones culturales

contenido



bases teóricas y de buenas prácticas para la definición de una adecuada estrategia de email marketing

cómo aprender rápidamente a utilizar Mailchimp, la herramienta líder de gestión de email marketing

estrategia de email marketing

aspectos clave en el diseño de contenidos

diseño y elaboración de envíos con Mailchimp

cómo segmentar y gestionar listas

test A/B de *subject*, día y hora

interpretación de informes

formato



duración: taller de 3 horas

se combinará la explicación de metodologías y herramientas con el análisis de buenas prácticas y la resolución de casos prácticos

se recomienda a los participantes que asistan con portátil o *tablet*

se facilitará dossier con el contenido del taller

capacidad máxima: 35 personas

necesidades técnicas



espacio adaptado al formato

mesas para los participantes para poder trabajar con portátil o *tablet*

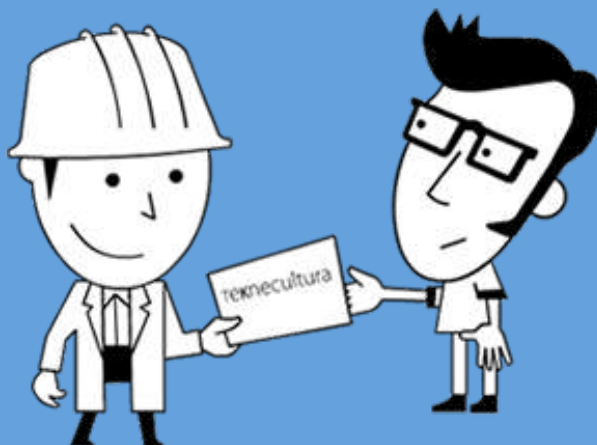
proyector y pantalla

conexión audio

wifi disponible

aguas

somos



nace desde
la experiencia
en producción
y difusión cultural
y reúne formación
y talento en gestión
de públicos y usuarios,
gestión empresarial,
cultural, marketing
y comunicación

somos

**Ferran
López**
CEO fundador



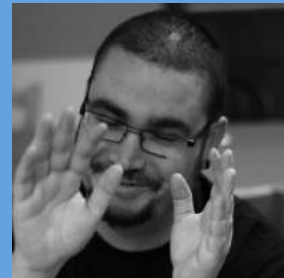
**Pepe
Zapata**
socio consultor



**Andreu
Garrido**
consultor



**Carles
Ponce**
socio consultor



MBA por la Business School de la Universitat Oberta de Catalunya. Postgrado en Gestión de Instituciones, plataformas y empresas culturales por la Universitat Pompeu Fabra.

Anteriormente, socio y director de Produccions ContraBaix S.L., productora y promotora musical, gestora de las programaciones ContraBaix (desde 2000, red de conciertos de jazz en el Baix Llobregat); Popaprop (2012, proyecto R+D de empoderamiento de audiencias); y Jazz en L'Auditori de Barcelona (temporadas 2010 a 2012). Productor ejecutivo de proyectos como *En la imaginación* de Silvia Pérez Cruz y Javier Colina trí; del Colina Miralta Sambeat CMS trí; o Lluís Vidal *Mompiana*.

MBA por la Universitat Pompeu Fabra. Máster en Gestión Cultural por la Universitat de Barcelona (UB). Postgrado en Community Manager y Social Media por la UB. Programas de gestión y dirección de equipamientos culturales públicos y de Instituciones artísticas culturales en ESADE. Licenciatura en Filología Inglesa por la UB.

Ha sido director de marketing y comunicación del Mercat de les Flors, coordinador del centro de investigación en alimentación y gastronomía Fundació Alicia –liderado por el chef Ferran Adrià–, como gestor cultural de la Universitat Pompeu Fabra, y como técnico comercial. Fue secretario de la Asociación de Profesionales de la Gestión Cultural de Catalunya. Es conferenciante y docente habitual en diversos programas de máster y postgrado vinculados a la gestión cultural y a la gestión y administración de empresas.

Máster en Gestión Cultural por la Universitat de Barcelona. Licenciatura en Historia del Arte por la Universitat de Barcelona. Beca Erasmus-Sócrates de la UE (Universiteit Utrecht, Holanda).

Ha colaborado en diferentes funciones de consultoría, comunicación y producción para el sector cultural para Bissap Gestió Cultural, aPortada y para el Programa de Gestión Cultural de la UB. Cofundador i director d'UmésDos, plataforma para profesionales de la gestión cultural. Ha participado en el Estudio de Públicos del Teatre Lliure (2015), el Diseño e Implementación de un sistema integral de indicadores para la Fira de Tàrraga y el Institut Ramon Llull, la Implementación de un nuevo modelo de marketing, patrocinio y mecenazgo para el Teatre Principal de Palma, o la Elaboración del Mapa de los estudios de públicos culturales en Catalunya.

Postgrado en Gestión de Empresas en la Industria de la Música por la Universitat Pompeu Fabra. Licenciatura en Comunicación Audiovisual por la Universitat Autònoma de Barcelona.

Coordinador de contenidos en TekneCultura. Coordinador y responsable de comunicación de los ciclos ContraBaix, Jazz en L'Auditori de Barcelona y PopaProp. Director de proyectos y producción técnica musical de ContraBaix.

hacemos



mapa de comunidades

modelos de segmentación

análisis y mapa de experiencia de usuario

COMUNIDAD

diseño CRM de desarrollo (captación y fidelización) de audiencias

diseño estrategia de precios

estrategias y campañas email mkt

diseño estrategia web

asesoría y acompañamiento estratégicos

benchmarking herramientas, metodologías y buenas prácticas

formación

TRANSFORMACIÓN

DATOS

CONTENIDOS

INTELIGENCIA

TekneData (*Business Intelligence* especializado para la cultura)

análisis estrategia web

análisis estrategia y contenidos redes sociales

análisis estrategia y contenidos email mkt

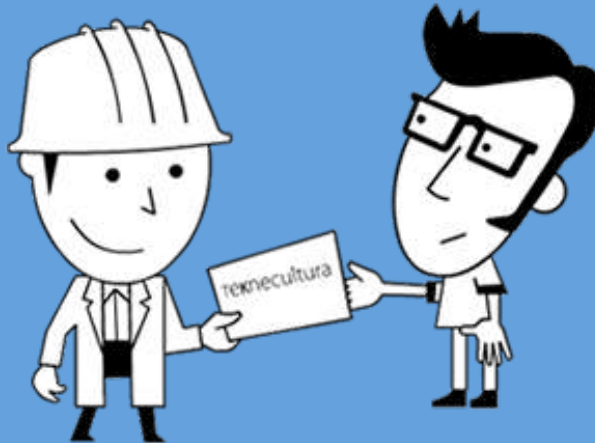
estrategia analítica

métricas, KPI

análisis y minería de datos

evaluación estrategia

acompañamos



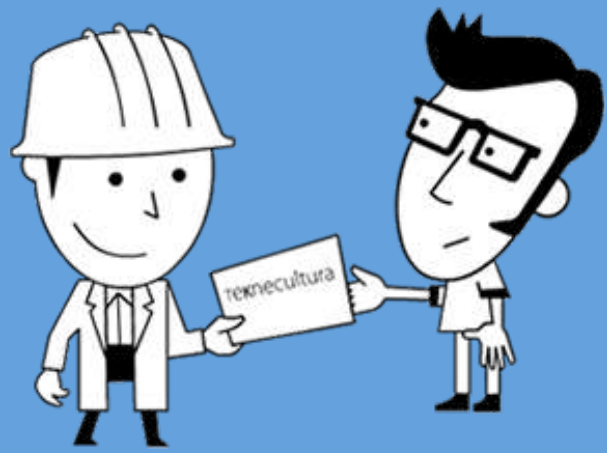
las organizaciones culturales han de orientarse a sus usuarios, a sus públicos, a las personas

en la era digital, los datos y la metodología científica han de ser la guía para la toma de decisiones y para garantizar un mejor, más eficiente y sostenible cumplimiento de su misión: contribuir al desarrollo individual y social

en TekneCultura analizamos datos y acompañamos a las organizaciones culturales en el desarrollo de sus proyectos y comunidades

acompañamos a organizaciones culturales que creen que los datos han de guiar la toma de decisiones

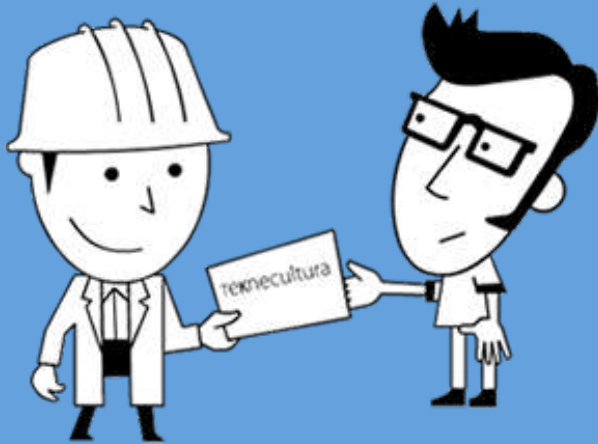
confían en



marketing cultural
para conocer y conectar comunidades



conecta con



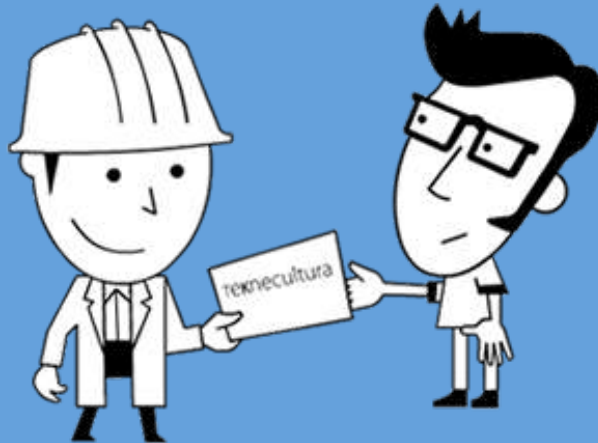
si te interesa estar al día
sobre gestión de públicos

suscríbete a nuestro blog

www.tekneultura.com



contacta con



Pepe Zapata

pepezapata@teknecultura.com

Tel. 616 645 517

twitter: @PepeZapata

teknecultura.com

info@teknecultura.com

twitter: @teknecultura

marketing cultural
para conocer y conectar comunidades