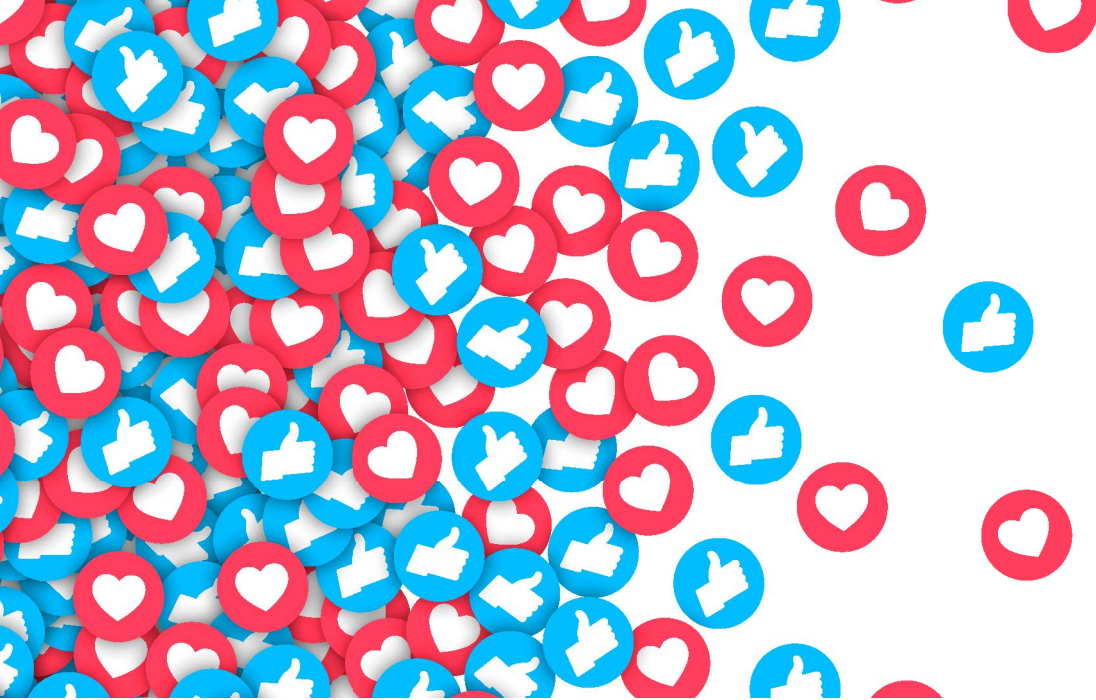


Estrategias de marca y desarrollo de negocio en Youtube



Índice

PRESENTACIÓN

PONENTES

PROGRAMA

MÓDULO 1

EL VIDEO ON LINE Y EL ENORME POTENCIAL DE YOUTUBE..... 8

DESARROLLO DE AUDIENCIAS Y NEGOCIOS EN YOUTUBE..... 8

MÓDULO 3

ESTRATEGIAS DE CONTENIDOS Y PRODUCCIÓN PARA YOUTUBE..... 9

MÓDULO 4

ANÁLISIS DE AUDIENCIAS Y RENDIMIENTO DEL CANAL CON YOUTUBE ANALYTICS 9

MÓDULO 5

GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE INVERSIÓN PUBLICITARIA EN YOUTUBE..... 10

MÓDULO VI

ASPECTOS LEGALES..... 10

YOUTUBE EN LA ESTRATEGIA DE MARKETING GLOBAL..... 11

MESA REDONDA 11

Presentación

¡El video ya no es una opción para las marcas!

Estar en YouTube se ha convertido en algo imprescindible dentro de sus estrategias de marketing. Pero no se trata de estar por estar, porque YouTube es mucho más que un mero canal de contenidos de videos.

¿Sabes que YouTube es el 2ª motor de búsqueda más grande del mundo?

¿Conoces que es el 3er. sitio con más tráfico de las redes?

¿Sabes que se ha convertido en el mejor canal para conseguir la máxima visibilidad y cercanía con los clientes?

Muchas marcas ya han apostado por estar presentes YouTube, desde las campañas de paid media, pasando por la producción de contenidos hasta llegar a la creación de canales corporativos. Pero, ¿están teniendo el retorno que esperaban? ¿Cómo lo están monetizando? ¿Generan contenidos pero no obtienen la difusión deseada? ¿Son capaces de sacar todo el partido a su inversión de tiempo y dinero?

Nadie dijo que fuera fácil. Por eso, si ya estás o si entra dentro de tus próximos pasos estar en YouTube debes aprender:

- Cómo llevar la **gestión completa de tu canal**
- Qué **aspectos técnicos** debes controlar
- Cómo elaborar una **estrategia efectiva de contenidos** en función de los objetivos buscados: **divulgación, comunicación de marca, generación de negocio, entretenimiento, etc.**
- Cómo **definir las métricas y analizar** el rendimiento del canal
- Cómo **crear y desarrollar audiencias** efectivas

El **programa en Estrategias de Marca y Desarrollo de Negocio en YouTube** aborda todos estos aspectos claves de YouTube, permitiendo a los asistentes adquirir el conocimiento necesario para **establecer estrategias de contenidos en YouTube, ejecutarlas, generar audiencia e**

ingresos y analizar todo el proceso.

Todo ello contado por expertos experimentados que te permitirán **adquirir nuevas competencias de forma practica.**

“Las estrategias de Branded Content Digital que no tienen en cuenta el potencial de alcance de YouTube pierden las mejores oportunidades de impactar en el público objetivo. Conocer las claves para el desarrollo de audiencias y negocios en YouTube es indispensable para las marcas y creadores que quieran tener éxito en la plataforma digital más exigente”

Por qué UNIR recomienda este programa

Porque los datos de Youtube son contundentes:

- **2.000 millones** de usuarios mensuales
- **La mayor plataforma** de streaming del mundo
- El mejor soporte **para la generación de notoriedad de marca y desarrollo de negocio.**

Porque se ha convertido en un **recurso indispensable** en:

- El **Plan de Marketing**
- Las **estrategias de comunicación**
- **Campañas Publicitarias**
- La **explotación** de contenidos audiovisuales

Porque con el **Programa en Estrategias de Marca y Desarrollo de Negocio en YouTube** adquirirás el **knowhow específico y las herramientas** adecuadas para tener éxito en la dura batalla por la **audiencia** y la **monetización** dentro de la plataforma.

Hoy en día es difícil pensar en una estrategia de comunicación, marketing, publicidad, o explotación de contenidos audiovisuales que no tenga en cuenta el enorme potencial de YouTube

DATOS CLAVE

Sólo 7 semanas

Inicio: 13 de mayo de 2019

Clases online en directo

Adaptándose al escaso tiempo de los alumnos participantes

Impartidas por profesionales de producción y generación de contenidos digitales

Consulta a tu asesor el precio y los descuentos por inscripción anticipada

Tlf.: 941 209 743

Mail: estudiosavanzados@unir.net

DIRIGIDO A

- Departamentos de Marketing
- Brand Managers
- Departamentos de contenidos digitales
- Productores de TV
- Agencias y productoras de branded content
- Agencias de medios
- Interesados en desarrollar canales de YouTube
- Equipos de redacción y responsables de negocio en medios de comunicación

Por qué elegirnos

Nuestro modelo pedagógico pionero en el mercado y basado en **clases online en directo**, permite al profesional seguir el curso **en cualquier momento y desde cualquier lugar**, para adaptarse a su exigente agenda. Nuestra plataforma permite a los participantes establecer contacto y compartir experiencias, **fomentando el NETWORKING** y el **intercambio de experiencias**, que es clave en su desarrollo profesional.



FLEXTIME

Sin barreras geográficas, en cualquier momento y en cualquier lugar. Nos adaptamos a tu disponibilidad horaria permitiéndote acceder y participar en directo a las sesiones online.



PROFESSIONAL SPEAKERS

Todos nuestros ponentes son profesionales de empresas líderes, que imparten sus sesiones basados en su propia experiencia, lo que aporta una visión real del mercado



NETWORKING INTERNACIONAL

Podrás conocer al resto de participantes de España y Latinoamérica. Te pondremos en contacto con ellos de forma presencial y/o virtual a lo largo del curso.



LEARNING BY DOING

Aplicarás todos los conocimientos gracias al aprendizaje adquirido en sesiones prácticas. Trabajarás en grupos dirigidos por especialistas, donde podrás fomentar el Networking e intercambiar experiencias.



SESIONES ONLINE EN DIRECTO

Podrás seguir e intervenir en las sesiones estés donde estés, sin necesidad de desplazamientos. Y si por algún motivo no pudieras asistir, podrás ver el material grabado en cualquier momento.



MENTORING CONSTANTE Y PERSONALIZADO

Desde el primer día se te asignará un tutor, que te acompañará y apoyará en todo momento. Resolverá cualquier duda que te pueda surgir y potenciará tus habilidades profesionales.



DIRECTOR DEL PROGRAMA

ALFREDO PEÑA

Socio Fundador

THE ONLINE VIDEO STUDIO

Con más de 20 años de experiencia profesional es un experto en YouTube, video online, branded content, comunicación digital y generación de audiencias. En la actualidad es socio fundador de The Online Video Studio, agencia especializada en el desarrollo de audiencias con foco en proyectos para el desarrollo de marcas y contenidos en video.

También es fundador de The Online Marketing Studio, agencia especializada en estrategias digitales y en proyectos de gamificación para marcas.

Anteriormente desempeñó el cargo de Chief Digital Officer en el Diario As, siendo responsable de la estrategia digital, planes de desarrollo de audiencia, partnerships de negocio digital y expansión internacional; trabajando en coordinación con áreas editoriales, tecnología y marketing.

En su etapa como Managing Director Spain de Zodiak Active (MagnoliaTV...) dirigió la estrategia y gestión de catálogos de Online Video: desarrollo de YouTube Multi Channel Network, sindicación de video online en publishers Premium.

También trabajó como Director del Área Multimedia de La Sexta desarrollando la estrategia digital para la explotación de contenidos en ventanas multimedia; el plan de partners: YouTube, redes sociales, operadores móviles, etc; el desarrollo de productos digitales: web, mobile, smart tv, vod; la estrategia de marketing online y redes sociales y la coordinación de estrategias de segundas ventanas y extensión de marca con programas de televisión..

OH MY GOD! -- IT'S FULL OF STARS!

(2001, Una Odisea en el Espacio – JC Clarke)

Cuando desde nuestro navegador nos asomamos al fenómeno de YouTube nos vemos absolutamente sobrepasados – igual que el viajero de las estrellas al observar la inmensidad del Universo - por las magnitudes de la increíble oportunidad que representa: tanto en términos de demanda (**1.900 millones de usuarios cada mes; 1.000 millones de horas de vídeo consumidas cada día**), como de oferta de contenidos (**400 horas de vídeo subidas cada minuto**).

En ese mundo infinito de contenidos audiovisuales se pueden distinguir algunas estrellas brillantes y galaxias: **vídeos, creadores y canales que han logrado destacar, hacerse reconocibles, generar audiencias globales y negocios de grandes cifras**. Pero también podemos observar como **una mayoría de contenidos subidos** – algunos de ellos producidos por marcas de referencia con grandes recursos – **no consiguen sin embargo destacar y tener éxito**.

YouTube ofrece actualmente las mayores oportunidades de alcance e impacto para equipos de marketing y creadores de contenido. Pero a la vez se trata de un entorno enormemente exigente en el que la estrategia, el posicionamiento elegido, la preparación y la ejecución, son clave – además de la creatividad – para lograr el éxito entre la audiencia.

Gracias al Programa Avanzado en Estrategias de Marca y **Desarrollo de Negocio en YouTube**, los alumnos obtendrán las herramientas necesarias para afrontar su particular salto al Universo de YouTube acompañados de una **sólida estrategia de comunicación y distribución para su contenido**. Los módulos han sido diseñados para abarcar de manera rápida todos los **aspectos clave necesarios para llevar a cabo un proyecto de éxito**. Los ponentes, tanto por su preparación como por su experiencia, nos darán una visión no solo teórica sino práctica de **las mejores estrategias y de los errores más frecuentes** cometidos por marcas y creadores en su intento de tener éxito en la plataforma.



Pablo J. Pérez
Head of Market Insights Spain and Portugal
GOOGLE

Experto con más de 10 años de experiencia en FMCG. Ha dirigido el área de investigación de compradores en P&G Ginebra. Actualmente es Head of Market Insights en Google.



Jose Jiménez
Content Manager en Marketing Corporativo
FAMOSA

Experto en contenido infantil en YouTube, coordinando la estrategia, producción y creatividad de nuestras marcas, así como la publicidad en tv e internet de todos nuestros productos.



Felipe Jiménez Luna
Director
TUIWOK ESTUDIOS – ENDEMOL SHINE IBERIA

Lleva casi 7 años creando, desarrollando y gestionando canales y formatos en YouTube, tanto de marcas, personalidades, programas de televisión e influencers



Georgia Elliott / Gominuke
Estratega de contenido digital
ZEPPELINTV TUIWOK ESTUDIOS – ENDEMOL SHINE IBERIA

Con más de 10 Millones de visitas en YouTube, Gominuke ha conseguido crear una marca personal y una comunidad que le ha permitido vivir de ser una creadora digital.



Oriol Passola Calveras
Digital Marketing Consultant
SEKUENZ

Experto en difusión y estrategia digital, desde su empresa ayuda a las marcas a llevar su mensaje al target objetivo para rentabilizar cada Euro invertido en el infinito mundo digital.



Teresa Guerra
Responsable de Desarrollo de Audiencias
THE ONLINE VIDEO STUDIO

Periodista especializada en contenidos digitales, ha trabajado en revistas líderes en el sector y gestión de contenidos digitales, especializándose en el ámbito del contenido infantil.



Juan Antonio Orgaz
Co Founder and Partner
LEAGUE OF LAWYERS

Experto en derechos audiovisuales. Socio fundador de la AEDE. Ha trabajado en Discovery Networks, Canal+, Cadena SER, Lupicinio Abogados y Écija Abogados.



Enrique Moreno Deckler
Global Brand Director
LALIGA

Especialista en la creación y desarrollo de marcas personales y coach certificado por IPH. Ha sido Director de Estrategia de Marca y Director de Marketing y Comunicación en grandes compañías.



Ángel Álvarez
Global Media Strategy & Capabilities Director / Global Marketing
BBVA

Experto en Marketing del sector servicios con 10 años de experiencia repartidas en el sector inmobiliario, salud y agencia.



Javier Rubio
Fundador
ACADEMIA PLAY

En el 2012 crea la firma Donzé de diseño gráfico y edición de vídeos corporativos. Tras el éxito obtenido con los vídeos tipo "storytelling" funda en 2015 Academia Play..



Antonio Luis Sánchez
Coordinador de vídeo digital para Europa y África
FOX NETWORKS GROUP & NATIONAL GEOGRAPHIC PARTNERS

Profesional de medios digitales, con 10 años de experiencia en el desarrollo de contenidos y estrategias de comunicación para marcas y creadores. Certificado en Desarrollo de Audiencias y Gestión Avanzada de Derechos en YouTube.



Belén Rodríguez Ramírez
Responsable de Comunidad y Redes Sociales
LEROY MERLIN

Responsable del diseño y puesta en marcha de la comunidad Leroy Merlin anteriormente obstenó el cargo de Community Manager liderando todos los espacios sociales de la compañía

Programa

MÓDULO 1

El Video online y el enorme potencial de YouTube

Desde mediados de los años noventa, con la expansión de Internet, la posibilidad de transmitir vídeo a través de redes digitales se consideraba como un gran reto. Sin embargo no será hasta 15 años después, con el incremento de ancho de banda disponible, cuando el video on line se convierta en un producto de uso masivo.

El nacimiento de YouTube en 2005 será un hito definitivo que conducirá a situar el video en el contenido más consumido a través de Internet, desplazando a la imagen y el texto, tal y como lo entendemos hoy.

En este módulo veremos el contexto en el que nace YouTube y su desarrollo desde un proyecto que especula con el potencial de la compartición de vídeos hasta un sistema de entretenimiento de nueva generación.

- Breve historia del video en Internet: tecnologías, contenidos, players
- YouTube como plataforma para compartir y crear contenido
- De la creación amateur a la profesionalización
- Ecosistema de YouTube
- YouTube Gaming y YouTube Kids
- YouTube Premium y YouTube TV
- Competidores de YouTube: Twitch, Amazon Video Direct, Facebook

Antonio Luis Sánchez

Coordinador de vídeo digital para Europa y África

**FOX NETWORKS GROUP & NATIONAL
GEOGRAPHIC PARTNERS**

MÓDULO 2

Desarrollo de audiencias y negocios en YouTube

Subir un vídeo a YouTube es como lanzar un cubo de agua al mar. ¿Cómo hacer que nuestros vídeos lleguen a la audiencia que buscamos y destaquen frente a los millones de productos audiovisuales disponibles?

La estrategia previa a la creación de un canal, su diseño, posicionamiento, y cómo monetizarlo

requieren de un conocimiento específico de la plataforma que repasaremos en este módulo dónde se verá con profundidad todos los aspectos implicados en la gestión y optimización del canal y la importancia de cubrir determinados requisitos y buenas prácticas desde el inicio.

- Drivers de consumo del video online
- Crecimiento orgánico vs crecimiento viral
- Las claves del Contenido relevante
- Asegurando la visibilidad del contenido
- Cómo seducir a la audiencia y al algoritmo
- Gestión y optimización de canales de YouTube
- Monetización del contenido

Alfredo Peña

Socio Fundador

THE ONLINE VIDEO STUDIO

Experiencia Práctica

Jose Jiménez

Content Manager en Marketing Corporativo

FAMOSA

MÓDULO 3

Estrategias de contenidos y producción para YouTube

Si bien la tarea de diseño y construcción del canal es clave en YouTube, más importante es definir una estrategia de contenidos correcta, capaz de generar atención e interés por parte de la audiencia.

En este módulo se darán las claves para la selección, diseño, ejecución y evaluación de una estrategia de contenidos con posibilidades de éxito.

- Formatos en YouTube
- Claves ¿Por qué hay canales que funcionan y otros que no?
- Diseñar una estrategia de contenidos
- Producción ¿Qué es necesario para crear contenido?
- Uso de SEM para crecimiento
- Contenido orientado al audio y nuevas tendencias
- Estudio de casos destacados

Felipe Jiménez Luna

Director

TUIWOK ESTUDIOS – División de Video Digital en ENDEMOL SHINE IBERIA

Experiencia Práctica

Georgia Elliott / Gominuke

Estratega de contenido digital / Youtuber

ZEPPELINTV

TUIWOK ESTUDIOS – División de Video Digital en ENDEMOL SHINE IBERIA STOCKPROJECT.IO

MÓDULO 4

Análisis de audiencias y rendimiento del canal con YouTube Analytics

La analítica de YouTube contiene aspectos específicos que derivan por un lado de tratarse de contenido audiovisual y, por otro, de la propia naturaleza de la plataforma. Analizar el rendimiento del canal y su contenido de forma continua para iniciar procesos de optimización de forma inmediata es clave para encontrar el éxito.

En este módulo se aprenderá a usar la interfaz y herramientas de las que dispone YouTube Analytics y el uso avanzado de las mismas para definir métricas acordes con los objetivos de canal y para reportar su rendimiento.

- Peculiaridades y funcionalidades de la analítica en YouTube
- ¿Qué analizar? KPIs
- Optimizando el canal en función del análisis
- Desarrollar audiencias
- Real Time Analytics en YouTube
- Reporting avanzado

Teresa Guerra

Responsable de Desarrollo de Audiencias

THE ONLINE VIDEO STUDIO ASPECTOS LEGALES CLAVES PARA TODO EMPRENDEDOR

MÓDULO 5

Gestión y optimización de inversión publicitaria en YouTube

YouTube debe entenderse como plataforma publicitaria, por ello es imprescindible conocer las oportunidades que nos ofrece para impactar con éxito en el target deseado.

En este módulo estudiaremos en profundidad las mejores estrategias de inversión en la plataforma para optimizar el rendimiento de nuestras campañas, tanto para conseguir la máxima cobertura como para apoyar el desarrollo de audiencia orgánica de nuestros canales.

- Qué podemos esperar de la publicidad en Youtube.
- Estrategia de inversión y objetivos
- Formatos publicitarios en Youtube
- Micro-clustering. Del mensaje a la Audiencia
- Geolocalización / demografía / Intereses / temáticas / palabras clave
- Audiencias personalizadas y similares
- Optimización de campañas. Buscando maximizar el rendimiento de la inversión
- Analítica y presentación ejecutiva de resultados en Google Analytics & DataStudio

Oriol Passola Calveras

Digital Marketing Consultant

SEKUENZ

MÓDULO 6

Aspectos legales

En este módulo se repasará la normativa a tener en cuenta cuando se despliega actividad en YouTube, ya sea para la mera publicación de contenidos, la monetización, etc. Se mostrarán los errores comunes que un creador o una entidad con canal de marca suelen cometer, describiéndose cuales son los procedimientos a seguir para cumplir la normativa. Además se hará un repaso de la situación de los derechos de propiedad intelectual en la plataforma y su protección

- El copyright en YouTube
- Reclamaciones en YouTube y como gestionarlas
- Establecer políticas
- Licencias de contenido
- Normativa aplicable a creadores de contenido: fiscal, laboral, propiedad intelectual
- Regulación publicitaria
- Privacidad

Juan Antonio Orgaz

Co Founder and Partner

LEAGUE OF LAWYERS

SESIONES MAGISTRALES

Planificación y medición

La planificación de medios es una disciplina altamente tecnicada, cuyo objetivo es conseguir que las piezas creativas lleguen al máximo número de consumidores, con el mayor impacto posible, al mejor coste. Sin embargo, esto no es tan sencillo y requiere el manejo y la comprensión de diversas fuentes de información.

- Análisis de las cifras actuales de consumo audiovisual en España. Mejores fuentes y estudios
- Planificación óptima de vídeo x-pantalla. Principios y metodologías.
- Herramientas de medición de YouTube 1st party y 3rd party

- Temas calientes en el sector (viewability...)

Pablo J Pérez

Head of Market Insights Spain and Portugal

GOOGLE

FACE TO FACE

YouTube en la estrategia de marketing global

Alfredo Peña

Socio Fundador

THE ONLINE VIDEO STUDIO

Pablo J Pérez

Head of Market Insights Spain and Portugal

GOOGLE

Experiencia práctica

Academia Play como paradigma educativo

Academia Play es uno de los canales didácticos de referencia para hispanohablantes. Sus seguidores se cuentan por millones. El éxito radica en una fórmula que fomenta el aprendizaje con un estilo visual muy atractivo. Mediante breves vídeos de carácter didáctico se exponen hechos históricos, reviews de películas, píldoras de arte, música, ciencia, etc.

Javier Rubio

Fundador

ACADEMIA PLAY

Mesa redonda

Más allá de YouTube, estrategias multi canal

Enrique Moreno Deckler

Global Brand Director

LALIGA

Ángel Álvarez

Global Media Strategy & Capabilities Director / Global Marketing

BBVA

Belén Rodríguez Ramírez

Responsable de Comunidad y Redes Sociales

LEROY MERLIN

**PROGRAMAS
RELACIONADOS**

- Inbound Marketing & Copywriting
- Resolución de Problemas Complejos
- Inteligencia Artificial
- Transformación Digital
- Dirección y Gestión de la Innovación
- Big Data for Business

**CONSULTA CON TU ASESOR LOS DESCUENTOS
POR INSCRIPCIÓN A VARIOS PROGRAMAS**

Tlf.: 941 209 743

www.estudiosavanzados.net

estudiosavanzados@unir.net

www.unir.net

unir
ESTUDIOS
AVANZADOS

Delegación Madrid

C/ Almansa, 101
28040 Madrid
España
+34 915 674 391

Delegación México

Av. Extremadura, 8.
Col Insurgentes Mix-
coac. Del.Benito Juárez
03920, México D.F.
+52 55 63951017

Delegación Colombia

Carrera 21 # 102-46
Bogotá, Bogotá, D.C.
Colombia
+317 574 2631
+310 666 5574