

# CONFERENCIA HEMISFÉRICA SIP CONNECT 2015

Miami, 24 al 26 de junio del 2015

## Tópicos del programa

### PRIMER DÍA: MIÉRCOLES 24 de junio

8:45 am- Palabras de Apertura

Key note speaker

**Tema:** Filosofía para la transformación de la prensa

9:30 am **PANEL 1: ESTRATEGIAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL**

*El gran reto de la prensa no es introducir ajustes, correcciones, mejoras. Se trata de comprender que el mundo cambió y que se requiere transformar el negocio de raíz, virar/o de cabeza. Como siempre, los que triunfan son los que se arriesgan.*

11:00 am Receso para Café

11:30 am **PANEL 2: MONETIZACIÓN DE CONTENIDOS**

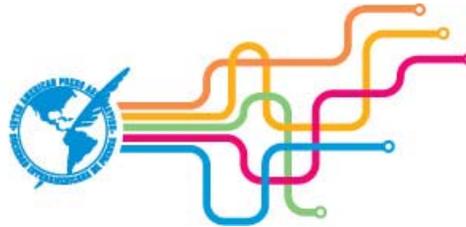
*Las publicaciones siguen invirtiendo en el área digital, pero aún no ven resultados. Por lo general, aún carecen de las estructuras comerciales idóneas que les permitan, en la era digital, monetizar, esto es, generar ingresos. ¿Cuáles son las vías para aumentar los ingresos? ¿Cómo se inserta la Native Advertising en ese objetivo?*

1:00 pm Almuerzo

**Tema:** Fracasos y logros de O' Globo

2:30 pm **PANEL 3: MUROS Y OTROS MODELOS DE PAGO**

*Tema recurrente en el mundo de la prensa. A estas alturas nadie tiene la certeza de que el muro de pago sea /a solución para obtener ingresos frente a la cultura de la gratuidad de internet. ¿Existen otros caminos sin los antipáticos muros?*



4:00 pm Receso para Café

4:30 pm **PANEL 4: MÁS ALLÁ DE LAS NOTICIAS: E-COMMERCE TOTAL Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS**

*¿Es posible que una empresa periodística reciba más ingresos por venta de servicios y productos que no tienen nada que ver con las noticias? ¿Hasta dónde llega el negocio del comercio digital?*

7:15 pm Cóctel de Bienvenida,

## **SEGUNDO DÍA: JUEVES 25 de junio**

9:00 am **PANEL 5: AUDIENCE & ENGAGEMENT: EL PÚBLICO POR CONQUISTAR**

*Durante años el tráfico obsesionó a las redacciones. El tiempo ha demostrado que es un índice importante, pero no tanto como la relación de fidelidad con la audiencia. El engagement (compromiso, vínculo afectivo) demuestra ser el mejor recurso para tener y mantener una audiencia de calidad.*

10:30 am Receso para Café

11:00 am **PANEL 6: ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES**

*Ya nadie cuestiona la relevancia de las redes sociales dentro del oficio periodístico. De lo que se trata es de aplicar una acertada estrategia que tome en cuenta el perfil del medio y las características de su audiencia.*

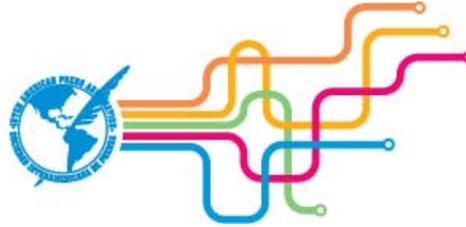
12:30 Almuerzo

**Tema:** Multimedia, storytelling y crecimiento de audiencia

2:00 pm **PANEL 5: EN EL CENTRO: EL MÓVIL + APPS**

*Mobile First. La revolución digital ha cambiado de golpe la forma en que nos informamos, nos entretenemos, hacemos negocios, viajamos, compramos... En el mundo actual, el móvil es la plataforma de mayor penetración en la audiencia.*

*Quedaron atrás los ordenadores y las tabletas: el móvil ocupa el centro de nuestras vidas. Va primero. Contar con una estrategia para la distribución de las noticias, disponer de las aplicaciones más //amativas, significa la diferencia entre sobrevivir y crecer.*



3:30 pm Receso para Café

4:00 pm **PANEL 6: LET'S CONNECT- INNOVACIONES, PRODUCTOS Y SERVICIOS DIGITALES**

*El mercado cambia y con él las oportunidades de negocios. El mundo digital está colmado de innovaciones, productos y servicios que podrían satisfacer muchas de las necesidades de los medios. Un espacio para que representantes de medios y empresarios se conozcan y estos últimos muestren sus novedades y respondan a preguntas del público.*

6:00 PM CLAUSURA:

Tema: ¿Razones para el optimismo? Cómo se avizora el futuro de los medios

## **26 de junio- TERCER DÍA (MEDIA SESIÓN)**

9:00 am BOOT CAMP: Cómo preparar al equipo de ventas digital para aumentar los ingresos- Equipo de Deseret Digital Media (DDM)

**Qué:**

Formación práctica sobre cómo hacer crecer un área clave de ingresos digitales y móviles

Quiénes:

**Todd Handy**, vicepresidente de estrategia de Publicidad y Rendimiento de DDM, y **Jake Berry**, director de Desarrollo Empresarial. Todd y Jake son responsables de un nuevo producto multimillonario de publicidad local. Jake lideró el lanzamiento de BrandForge, entrenamiento en publicidad nativa y servicio de apoyo a las empresas de medios locales.

**Dirigido a:**

Ejecutivos, gerentes y jefes de mercadeo y publicidad

**Valor:**

Cuatro horas en una sesión de la popular serie de BootCamp de DDM: "Mobile Ready Revenue". La capacitación incluye instrucción, ejercicios y casos prácticos sobre cómo:

1) Garantizar éxito de ventas digitales

MIAMI, FLORIDA 24-26 Junio  
**SIPCONNECT2015**  
CONFERENCIA HEMISFÉRICA DE MEDIOS DIGITALES



- 2) Desarrollar el producto publicitario digital directamente con la guía de estilo y modelos de decisión
- 3) Fijar el precio de la publicidad nativa
- 4) Elaborar el paquete de publicidad nativa
- 5) Vender con éxito publicidad nativa

 **venevisión**



 Knight Foundation

 **protecmedia**  
Partners in Media Business