

“El Search Marketing permite una micro-segmentación en base a múltiples variables, logrando llegar así al cliente objetivo”

Expresó Carolina Piber, de la empresa Google, en el 2º Seminario de Marketing en buscadores, organizado junto a Search Marketing en Argentina el 19 de junio



Victor Estrugo, CEO de Wallaby Argentina y Fundador de Search Marketing Argentina fue quien realizó la apertura del Seminario. Reflexionó sobre el futuro de las búsquedas por Internet: “Latinoamérica está siguiendo los pasos de Estados Unidos, pero con cinco años de retraso”. Sobre el avance de esta herramienta dijo que el mercado obtendrá un mayor beneficio utilizando los teléfonos móviles como buscadores. Continuó la jornada **Francis Petty**, Gerente de Marketing Online de La Nación, quien hizo referencia a los conceptos avanzados de SEO (*Search Engine Optimization* -Optimización para Motores de Búsqueda). Aconsejó que es fundamental respetar los guidelines de los buscadores al armar la información de la página web.

Y sobre el rol del Search Marketer dijo: “Su función creció dentro de las organizaciones. Está relacionado con el marketing, la comunicación, el Web Team y el Advertising y afecta tanto a su diseño, como a su desarrollo web”.

También expresó que la segmentación geográfica que permite realizar el Search Marketing beneficiará a los anunciantes.

Nicolás Forster, de la empresa Yahoo, basó su charla en las funcionalidades avanzadas de la nueva plataforma de Marketing de buscadores (SEM, *Search Engine Marketing*) y explicó que: “A mayor consolidación de esta actividad, se da un mayor crecimiento en la inversión online y esto genera una mejora de las plataformas”.

Sobre la relación entre el consumidor y la búsqueda *online* comentó: “Me parece que lo que atrae e impacta al consumidor final es que le estamos mostrando, a través del Search Marketing, el producto o servicio que está buscando. La dinámica plantea que el consumidor vaya a buscar al anunciante y que manifieste su intención de búsqueda. Podemos segmentar en base a esa variable y en función de eso la predisposición a la compra”. Sobre el diseño en publicidad explicó que lo que importa es lo que se muestra, el mensaje que se da, las palabras que se utilizan y la creatividad. Cada anuncio va a jugar un papel muy importante en función de cómo esté armado.

Luego, **Carolina Piber**, de la empresa Google, habló sobre la Conversion-driven campaigns: “Lo importante es saber qué se está buscando, ¿qué entre a la web, haga una compra, llene un formulario, suba un archivo?. Cuanto más claro

es el objetivo que se quiere comunicar, más fácil es el Search Marketing”, comentó.

“Esta nueva tecnología debe venir acompañada de un análisis de estadísticas en un contexto determinado. Google Analytics indica cuales son las acciones del usuario: cómo llegó, cuánto tiempo estuvo, qué camino utilizó, los horarios de entrada, las zonas geográficas, las edades y los perfiles, entre otras características. El Search Marketing hace una segmentación del mercado y permite conocer mejor al cliente”.

Sobre el soporte digital dijo que hoy es un factor imprescindible en la vida de cualquier persona, comentó que es importante tener un sitio web para ser competitivo: “Hoy muchas empresas son simplemente virtuales, su sitio es su representante de ventas y su carpeta institucional”.

Por su parte **Andrés Snitcofsky**, Director de Prisma Digital Media, hizo referencia en su charla a la optimización de la inversión online: “No sólo importa la cantidad de clicks que recibe una publicidad, sino el nivel de calidad en relación a la inversión. No importa ser el primer resultado de una búsqueda, sino ver cuál es la posición acorde a la inversión realizada y los resultados obtenidos. Hay que entender que el índice de calidad es fundamental”.

Sobre el Search Marketing comentó: “Es una herramienta muy aceptada por cualquier cliente que esté orientado a la respuesta directa, que puede ser venta, registraciones, u otra acción. Es muy fácil de oír y de medir, realizando una campaña de poca inversión enseguida se pueden ver los resultados”. Y agregó: “Lo interesante que tiene es que permite microsegmentar a cientos de perfiles, se puede estar presente en la búsqueda de un perfil súper específico, creando segmentos muy chicos para diferentes tipos de clientes”.



Victor Estrugo (Search Marketing Argentina)



Carolina Piber (Google)



Nicolás Forster (Yahoo)



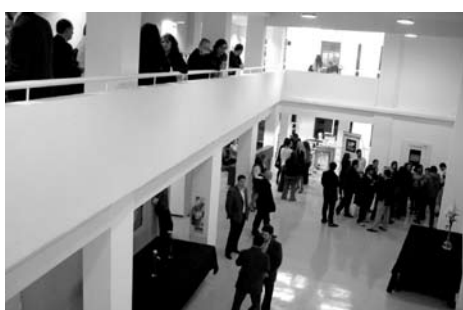
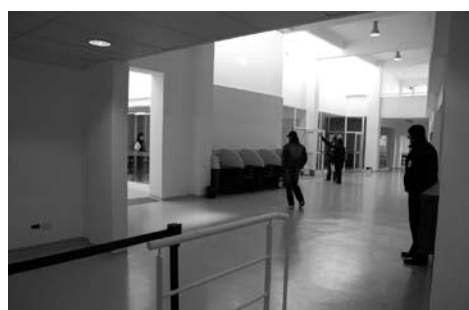
Francis Petty (Marketing Online de La Nación)



Andrés Snitcofsky (Prisma Digital Media)

Ecuador 933: Nueva Sede de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo

En agosto comenzaron a dictarse clases en la nueva sede Ecuador 933 (entre calle San Luis y Avenida Córdoba) de la Facultad de Diseño y Comunicación, especialmente adecuada para el dictado de talleres de asignaturas proyectuales. En esta sede se realizará del 17 al 28 de noviembre el Ciclo de Eventos Jóvenes que anteriormente se llevaba a cabo en Jean Jaurès 932.



38 TALLERES COMPUTACIÓN GRÁFICA

Octubre 2008

In Design 3 - Prof. Diego Macri
Lunes 8.00 a 9.30 hs. Oferta 3571

In Design 3 - Prof. Diego Macri
Lunes 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3571

AutoCAD 3 - Prof. Antonio Tecchia
Lunes 8.00 a 11.15 hs. Oferta 3573

Flash 3 - Prof. Diana Fernandez
Lunes 14.00 a 15.30 hs. Oferta 3557

Photoshop 6 Aplicado - Prof. Diana Fernandez
Lunes 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3568

Photoshop 2 - Prof. Paola Fraticola
Lunes 14.00 a 15.30 hs. Oferta 3538

Dreamweaver 2 - Prof. Paola Fraticola
Lunes 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3540

Dreamweaver 3 - Prof. Graciela Reyes
Martes 8.00 a 9.30 hs. Oferta 3564

Photoshop 3 - Prof. Graciela Reyes
Martes 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3563

AutoCAD 3 - Prof. Nancy Fajgenblat
Martes 8.00 a 11.15 hs. Oferta 3574

Flash 3 - Prof. Gabriel Villafines
Martes 14.00 a 15.30 hs. Oferta 3556

Dreamweaver 3 - Prof. Gabriel Villafines
Martes 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3565

Illustrator 3 - Prof. Paula Caia Zotes
Martes 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3570

Photoshop 3 - Prof. Paula Caia Zotes
Martes 20.30 a 22.00 hs. Oferta 3562

Flash 3 - Prof. Gaston Ditomaso
Miércoles 8.00 a 9.30 hs. Oferta 3555

Photoshop 6 Aplicado - Prof. Gastón Ditomaso
Miércoles 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3567

Flash 2 - Prof. Miguel Angeleri
Miércoles 14.00 a 15.30 hs. Oferta 3545

Dreamweaver 2 - Prof. Miguel Angeleri
Miércoles 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3541

Illustrator 2 - Prof. Gabriela Feldman
Miércoles 14.00 a 15.30 hs. Oferta 3542

Illustrator 2 - Prof. Gabriela Feldman
Miércoles 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3543

ArchiCAD 3 - Prof. Maria Cabral
Miércoles 18.45 a 22.00 hs. Oferta 3561

Dreamweaver 2 - Prof. Jorgelina Vicente
Miércoles 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3552

Photoshop 2 - Prof. Jorgelina Vicente
Miércoles 20.30 a 22.00 hs. Oferta 3539

Flash 2 - Prof. Graciela Reyes
Jueves 8.00 a 9.30 hs. Oferta 3546

Illustrator 2 - Prof. Graciela Reyes
Jueves 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3544

Photoshop 3 - Prof. Claudio Morales
Jueves 14.00 a 15.30 hs. Oferta 3559

Photoshop 3 - Prof. Claudio Morales
Jueves 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3560

3D Max 3 - Prof. Leonardo Parise
Jueves 14.00 a 17.15 hs. Oferta 3575

Corel 3 - Prof. Virginia Caetano
Jueves 14.00 a 15.30 hs. Oferta 3550

Corel 3 - Prof. Virginia Caetano
Jueves 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3551

Flash 3 - Prof. Julián Dubosq
Jueves 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3553

PhotoShop 6 Aplicado - Prof. Julián Dubosq
Jueves 20.30 a 22.00 hs. Oferta 3569

Premier 1 - Prof. Johnathan Feldman
Viernes 14.00 a 15.30 hs. Oferta 3548

Premier 1 - Prof. Johnathan Feldman
Viernes 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3549

Lince - Profesor a confirmar
Viernes 14.00 a 17.15 hs. Oferta 3547

Flash 3 - Prof. Paola Fraticola
Viernes 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3554

ActionScript 1 - Prof. Paola Fraticola
Viernes 20.30 a 22.00 hs. Oferta 3558

Rhino 3 - Prof. Constanza Ruiz
Viernes 18.45 a 22.00 hs. Oferta 3566

Los talleres se dictan en Mario Bravo 1302. La inscripción es por Sistema de Alumnos. www.palermo.edu/dyc
> Orientación Estudiantes > Calendario Académico
> Calendarios Especiales > Ciclo de Computación Gráfica. Coordinación del Ciclo: Andrés Kesting computaciongrafica@palermo.edu | Mario Bravo 1274 5199-4500 interno 1803