

BOOTCAMPS DEL LIBRO

Taller sobre marketing digital, experiencia de usuario y conversión en clientes para pequeñas empresas del libro.

13 de abril de 16:30 → 19:30

14 de abril de 17:30 → 21:30

Taller on-line de 7 horas en el que los participantes trabajarán “manos a la obra” en dos fases: primero en la evaluación estratégica y participativa del impacto de Internet, el comercio electrónico y el marketing digital para las PYMES españolas del libro y después en la creación de una web para la conversión de usuarios con *wordpress*.

Se trata de un ejercicio experimental de formación on-line para no informáticos, en el cual se trata de generar un conocimiento colectivo y después acompañarlo del desarrollo de una herramienta de marketing y conversión que permita constatar cómo opera el razonamiento de la industria digital.

Este taller es gratuito y limitado a un reducido grupo de participantes (preferiblemente no informáticos). Servirá para definir futuros talleres abiertos a un número mayor de participantes.

Formulario de inscripción:

<https://forms.sbc35.com/5ab41358b85b5350ef1d011a/abtt67IET5Ov2OYdKZ3byg/IOVH1vcVRlyNYeJBn0vnmA/form.html>

La FGSR ofrece de forma gratuita 7 horas (3 + 4) de inmersión en la forma de pensar de los desarrolladores de negocios en internet. Los profesionales españoles que deseen participar deberán rellenar el formulario con la información solicitada. La FGSR ha organizado un proceso de selección por si las solicitudes superan las plazas disponibles en esta primera edición. Este taller será impartido por la FGSR y IRONHACK y será indispensable la participación activa de todos los alumnos.

Este proyecto cuenta con el apoyo del Ministerio de Cultura y Deporte.

PRIMER BLOQUE: 3 horas de trabajo colectivo para elaboración de un mapa mental con los desafíos y soluciones para las empresas del libro en un contexto en el que los clientes se han acostumbrado a “vivir on-line”.

Objetivos

La finalidad de esta primera sesión es compartir visiones sobre la nueva mentalidad que se está asentando en el mercado, partiendo de una conversación y pasando a un trabajo de construcción de un diagnóstico y posibles respuestas.

Requisitos de los asistentes

Ser profesionales de la edición, distribución o la librería.

Disponer de una buena conexión a Internet.

Participar activamente.

Estructura del taller

Sesión desarrollada por la FGSR

- 30 minutos de debate entre tres profesionales del mundo del libro en torno a la aceleración de lo digital y los desafíos que plantea.
- José M Anta + Jordi Nadal + Luis González
- 30 minutos de familiarización con la herramienta de trabajo creativo en remoto y lanzamiento de líneas de trabajo.
- 60 minutos del primer bloque del esquema sprint de la sesión de *Design Thinking*: inspiración.
- 60 minutos del segundo bloque del esquema sprint de la sesión de *Design Thinking*: ideación (+ conclusiones)

SEGUNDO BLOQUE: 4 horas de creación de un sitio web de relación con clientes

Objetivos

La finalidad de esta segunda sesión es la de compartir conocimientos básicos para crear un sitio que mejore la conversión de usuarios.

El objetivo operativo e inmediato es crear un *one-page* en un gestor CMS, pero la finalidad estratégica es que los participantes comprendan cómo se opera en Internet y qué es lo prioritario para la visibilidad o venta de libros, a través de una dinámica de “manos a la obra” con una herramienta de desarrollo.

Requisitos de los asistentes

Conocimientos personales necesarios:

Desenvolverse con fluidez en entornos digitales (Zoom, Internet, usuario de apps)

Haber preparado previamente una información muy básica relativa a cada empresa:

- Quiénes somos
- Qué ofrecemos
- Contacto
- Productos disponibles (en caso de venta on-line)

Aspectos técnicos:

- Disponer de un ordenador con Google Chrome instalado y navegador principal.
- Abrir una cuenta gratuita en *wordpress*
- Disponer de una buena conexión WIFI

Estructura del taller

4 horas · Taller impartido por *Ironhack*:

Introducción: qué es el diseño de experiencias de usuario

- Conexión con el *Design Thinking*
- UX/UI - en qué consisten
- Importancia de la digitalización

¿Qué es un CMS?

- Diferentes alternativas en el mercado: ventajas y desventajas de cada una
- Cómo utilizar *wordpress* (DIVI)

Cómo plantear un buen diseño y estructura web:

- Elementos esenciales en una página web
- Optimización de la conversión de los usuarios
- Cómo garantizar un buen diseño y una buena experiencia de usuario

Formulario de inscripción:

<https://forms.sbc35.com/5ab41358b85b5350ef1d011a/abtt67IET5Ov2OYdKZ3byg/IOVH1vcVRlyNYeJBn0vnmA/form.html>