



INNOVATION DAY / 04.07.17

El martes 4 de julio se celebró la novena edición del **Innovation Day** en la sede de ISDI, la Escuela de Negocio Digital, con la asistencia de 70 personas. Fue una jornada muy inspiradora en la que pudimos escuchar ponencias de gran interés de empresas como Evoca, Google o Instagramers, entre otros.

- **Pepe Cerezo**, Director de Evoca Media, explicó diez puntos clave en la transformación digital: distribución, móvil, vídeo, *data*, programática, *branded content*, *IA/Bots*, suscripción, voz y nuevas generaciones. Terminó hablando de las organizaciones en red, de los nuevos perfiles y puestos de trabajo que demanda el mercado y de cómo contratar, atraer, retener y formar el talento.
- **Lourdes Rodríguez**, CEO Coolhunting Group, centró su ponencia en las tendencias en el sector media y en explicar lo que es un *coolhunter*. El *coolhunter* tiene que anticiparse al cambio, no se tiene que adaptar a él. Para ser un *coolhunter* hay que identificar innovadores y *trendsetters*, monitorizarlos regularmente, encontrar indicios de cambio e identificar los patrones en común. Anticipar el cambio es una ventaja competitiva.
- **Millán Berzosa**, Responsable de Google News Lab España y Portugal, comenzó invitando a los editores a participar en DNI. Habló de periodismo y contenidos y las herramientas que pone Google a disposición de los editores. Mostró el uso de Google Trends, los *Knowledge graph topics*, los comandos de búsqueda avanzada, la recomendación de hacer las búsquedas desde perfil oculto para que salgan resultados neutros y no personalizados, la búsqueda de imágenes, las imágenes 360º, etc.
- **Fernando García**, CEO de Sunmedia, realizó un *pitch* sobre la publicidad en vídeo. La publicidad no solo es importante que se vea, sino también que se pueda medir o no cobraremos por ella.
- **Phil González**, Fundador de Instagramers.com y la red mundial de Instagramers, empezó su ponencia diferenciando entre las apps que nos ahorran tiempo y a las que dedicamos nuestro tiempo. Con la aparición del móvil ya no hay tiempos muertos. Instagram se ha convertido en un ecosistema con un gran potencia para el

comercio electrónico. Las empresas lo utilizan dentro de su estrategia de marketing y comunicación y es un medio perfecto para los editores. Recordó la importancia de tener una línea editorial en Instagram y comentó las novedades que se han incorporado en los últimos meses: Favoritos, *Albums*, *Timelapse*, *Boomerang*...

- **Gonzalo Guirao**, CEO y Fundador de TwoToForty, habló sobre la importancia de la personalidad y de las comunicaciones, ofertas, productos personalizados. El *big data* se puede convertir en *human data* a través de la tecnología y el conocimiento se pueden capturar y generar datos que se transforman en indicadores de personalidad para segmentar las personas hasta en 40 tipologías distintas.
- **Marta Guerrero**, Coordinadora de Social Business Analytics de IIC, centró su ponencia en como a través de las redes sociales se pueden identificar a los usuarios y analizarlos. Se puede medir la audiencia, los *fans*, el *engagement*, la buena valoración, los prescriptores, como se destaca vs. la competencia y como aprovechar las oportunidades.