

ANEXO Plan de Comunicación

www.congreso.aslan.es

info2019@aslan.es - 918 315 070

Canal	Acción
BBDD Asociación	eMailing con invitación a BBDD completa (30.000)
BBDD Asociación	eMailing recordatorio con invitación a BBDD completa (30.000)
BBDD Asociación	Mailing Postal de tríptico informativo a selección BBDD de la Asociación (10.000)
BBDD Asociación	Telemarketing a selección CIOs/DTIC BBDD de la Asociación para promover la inscripción (11.000)
BBDD Asociación	Invitación Cena Gala y seguimiento personalizado CIOs y responsables DTIC (300)
BBDD Asociación	Publicación contenidos del Congreso y banner en el newsletter mensual de la Asociación
BBDD Asociación	SMSing a usuarios en BBDD propia (5.000)
Digital Media Partner	Campaña retargeting Google Adwords segmentada por público objetivo (35.000)
Entidades Colaboradoras/Instituciones	Difusión de contenidos y material publicitario (banner, anuncio impreso, envío invitación, Twitter, LinkedIn...)
Expositores y Patrocinadores	Difusión a través de patrocinadores (banner, invitación, inscripción, Twitter, LinkedIn)
Expositores y Patrocinadores	Envío de modelo de nota de prensa para reenvío a medios
Media Partners	Rueda de Prensa para todos los medios
Media Partners	Publicación anuncio impreso en medios especializados del sector (BPS, IT USER, IDG, TECHWEEK, etc.)
Media Partners	Publicación anuncio impreso, artículos, entrevistas en prensa económica (DIARIO EXPANSIÓN)
Media Partners	Publicación entrevistas, artículos on-line en medios del sector
Media Partners	Publicación banners de enero a marzo en web
Media Partners	Publicación banners de enero a marzo en newsletters
Media Partners	Noticia Patrocinada en newsletters enero a marzo en medios del sector
Media Partners	Entrevista/Artículo de Opinión avance ASLAN2018 on/off line
Media Partners	eMailing Invitación a toda la BBDD
Media Partners	Envío notas de prensa generadas
Redes Sociales	Campaña en LinkedIn: actualizaciones patrocinadas de patrocinadores participantes (Público objetivo: 900.000)
Redes Sociales	Campaña en LinkedIn: actualizaciones patrocinadas segmentadas por Foros/grupos (Público objetivo: 600.000)
Redes Sociales	Campaña en Twitter: tweets genéricos, de patrocinadores y ponentes, promoviendo la inscripción (Público objetivo: 600.000)
Redes Sociales	YouTube: Publicación de videos
Redes Sociales	Redifusión de todas las noticias publicadas en los medios
Web Asociación	Publicación banner destacado/home en la web y microsite del evento enero-marzo
Web Asociación	Publicación información actualizada en el web del evento
Web Asociación	Publicación de los vídeos grabados
Web Asociación	Publicación de todas las menciones en medios que se produzcan
Web Asociación	Publicación de álbum fotográfico