

LA VOZ: LA TERCERA PLATAFORMA DIGITAL

UN TALLER SOBRE ASISTENTES DE VOZ

APÚNTATE AQUÍ

THE CROSS EXPERIENCE

¿TE ATREVES A PROBAR EL UNIVERSO DE EXPERIENCIAS DE THE CROSS



CONTEXTO

Se pueden diferenciar tres hitos temporales en las interfaces de acceso a la información, a la hora de trabajar el desarrollo de las estrategias digitales con las que se llega al consumidor.

Desde la explosión del uso de los buscadores comerciales, seguido de la aparición de las aplicaciones móviles, y desde 2015, la presencia recurrente de los asistentes virtuales de texto y voz, **la interacción con los usuarios está pasando de ser unidireccional a bidireccional.**

Esta interacción bidireccional permite tener conversaciones en tiempo real de las marcas con el consumidor, de tal forma que se puede saber durante todo el proceso qué es lo que no funciona y/o puede reorientarse. **En este contexto, la voz cobra un rol fundamental en la construcción de estas interacciones, poniendo al consumidor en el centro, y donde no sólo éste tiene voz, sino que es capaz de influir en tiempo real a través de la conversación.**

En esta forma de comunicarse con el consumidor donde se eleva el nivel de experiencia, confianza, compromiso y agilidad. **¿Están las marcas preparadas para dar respuesta de la misma forma en la que han estado trabajando durante años con la web?**



CONTENIDOS

Para entender los retos a los que se van a enfrentar las marcas dentro de la plataforma de voz. **¿Qué vamos a ver en este taller?**

- **Cómo funciona el canal de interacción de voz: proceso de búsqueda de los usuarios y tecnología utilizada para comprender y responder a los usuarios.**
- **Qué cambios de interacción implica el desarrollo de presencia de voz para una marca, y cómo las marcas deberían introducir estos cambios en sus estrategias digitales.**
- **Qué implicaciones tienen las interacciones bidireccionales en una estrategia de marca en la relación con sus consumidores.**
- **Qué elementos tiene que tener en cuenta una marca para estar en la plataforma de voz.**



SESIONES

Este no será un taller técnico, pero sí que vas aprender de tecnología, lo hemos desarrollado para personas no técnicas, pero que saben que necesitan entender la tecnología para su día a día laboral.

- **Duración: 3 horas y un kit de learning pills con recursos prácticos**
- **Fecha: Viernes 26 de febrero de 17:00 a 20:00 en sesión virtual interactiva a través de nuestra plataforma.**

ESTHER CHECA

Directora de Innovación



BIOGRAFÍA

Experta en estrategia digital, transformación digital e innovación con más de 15 años de experiencia en el entorno digital y de medios. Actualmente trabaja como Directora de Innovación en t2ó (Consultora de Marketing Digital) en el desarrollo de servicios digitales, conectando tecnología, negocio, producto y personas.

Es profesora de las principales escuelas de negocio digital en España para sus programas de alta dirección en Marketing online. Ponente habitual en congresos del sector de la publicidad.



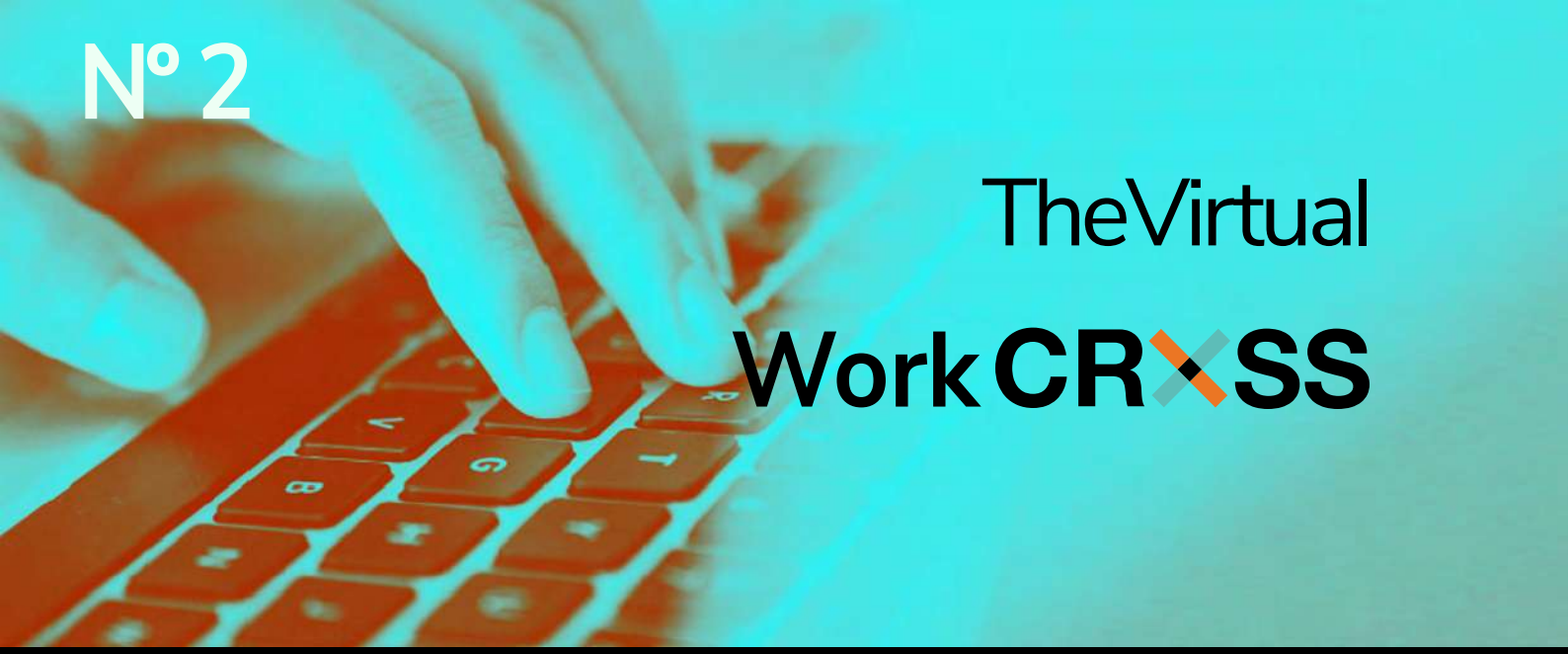
NIEVES ÁBALOS

Co-Fundadora y CPO de Monoceros Labs

BIOGRAFÍA

Con más de 10 años de experiencia en el sector de las interfaces conversacionales, ha trabajado 5 años en el departamento de innovación de BEEVA, empresa del BBVA, donde fue Product Manager de una producto plataforma conversacional con Agentes Inteligentes.

En 2020, fue reconocida como Alexa Champion, mérito que dan desde Amazon Alexa a los desarrolladores que más aportan a la comunidad. Además, forma parte de la organización de Women in Voice y del chapter local en España.



Nº 2

The Virtual

Work CROSS

REPUTACIÓN ONLINE EN BUSCADORES

UN TALLER DE PRESENCIA DIGITAL

THE CROSS EXPERIENCE

¿TE ATREVES A PROBAR EL UNIVERSO DE EXPERIENCIAS DE THE CROSS?

ESTHER CHECA

Directora de Innovación



“EL CEREBRO NECESITA EMOCIONES PARA APRENDER”, ESTA MÁXIMA LA APLICO A TODOS LOS PROYECTOS PROFESIONALES Y PERSONALES QUE ATERRIZAN EN MI VIDA. ”

BIOGRAFÍA

Experta en estrategia digital, transformación digital e innovación con más de 15 años de experiencia en el entorno digital y de medios. Actualmente trabaja como Directora de Innovación en t2ó (Consultora de Marketing Digital) en el desarrollo de servicios digitales, conectando tecnología, negocio, producto y personas.

Es profesora de las principales escuelas de negocio digital en España para sus programas de alta dirección en Marketing online. Ponente habitual en congresos del sector de la publicidad.

CONTEXTO

La reputación online en el entorno actual se caracteriza principalmente por el alto volumen de impactos al que puede llegar, su velocidad de transmisión, su permanencia en internet y su efecto multiplicador.

Todos podemos opinar y tenemos plataformas donde esta opinión puede quedar reflejada, por lo que el alcance de ésta es rápido y perdurable en el tiempo. La suma de estas participaciones hace que, como usuarios, dejemos nuestra huella digital y contribuyamos a generar una reputación distribuida.

CONTENIDOS

Introducción al funcionamiento de los buscadores y análisis del tipo de información que presentan y de dónde la obtienen. Estos aspectos nos ayudarán a identificar cómo empezar a construir nuestra huella digital, cómo optimizar la existente, qué herramientas nos pueden acompañar en este control y, en definitiva, cómo ser más conscientes de nuestro impacto en buscadores.

SESIONES

2 sesiones semanales interactivas con nuestra Crosser, de 18h a 20h en formato virtual.

Propuestas prácticas que estimulan tu aprendizaje. Entre sesiones, acompañamiento semanal por parte del equipo de The CROSS Experience.