

# CLARA ÁVILA



PORTFOLIO DE FORMACIÓN Y CONGRESOS

SOBRE MI

Soy Clara Ávila, y llevo cerca de 15 años trabajando en departamentos de marketing, comunicación y estrategia digital. Actualmente soy la responsable de contenidos en GoDaddy para la región de Europa. Soy autora del libro "Estrategia y Marketing de contenidos" (Ed. Anaya, 2ª edición)

He dado clases en Foxize, KSchool, Madrid School of Marketing, Universidad Autónoma de Madrid, Universidad Europea de Madrid, Universidad Rey Juan Carlos, La Nave Nodriza, INESDI, WindUp School, Social Change, ESADE, Instituto Superior de Arte, Escuela Superior de Marketing de Alicante, escuela Convierte Más y Fundación Telefónica, entre otros.

He participado en más de 20 congresos distintos dando conferencias tanto en inglés como en castellano. Algunos de ellos han sido en Digital Marketing Day, WordCamps, OMEXPO, Innobi, Fundación Telefónica, Ignite (formato pechaKucha), Evento Blog España, Congreso Web Zaragoza, Salón mi empresa, Feria de Internet de Mallorca, inLugo, Asociación Española de Fundraising o International Fundraising Congress.



## TEMÁTICAS

---

Estrategia de contenidos, generación de leads, email marketing, diseño de producto y servicios, planificación de contenidos, inbound marketing, plan de medios, fundraising digital y creación de blogs.

# FORMATOS PRINCIPALES

---

## OTROS FORMATOS:

Mesas redondas

Clases a grandes grupos

Formación a empresas

Formaciones/ Consultorías

Facilitación de procesos

Formaciones para marcas

## CONGRESOS

Charlas de distinta duración adaptadas a varios tipos de públicos en el que entramos con mayor o menor profundidad en alguno de los temas relacionados con el congreso.

## MÁSTER CLASS

Formaciones de mayor extensión en las que tratamos temas específicos coordinados con otras materias. Estas formaciones pueden ir de un tema específico a un módulo de mayor extensión.

## TALLERES PRÁCTICOS

Un proceso de aprendizaje 100% práctico en el que, mediante ejercicios y procesos de reflexión se llegan a adquirir los conocimientos buscados sobre una materia concreta.

MI TRABAJO

ESCUELAS Y  
CONGRESOS EN  
LOS QUE HE  
PARTICIPADO



# EJEMPLOS DE CONGRESOS



## ENCUENTRO SOCIAL BUSINESS

Anaya Multimedia

Presentación y debate de varios libros de la colección Anaya Multimedia. En las distintas ponencias y mesa redonda se encontraban autores como Ricardo Tayar, Gemma Muñoz, Tristán Elósegui, Fernando Maciá, Torres Burriel y Phil González.

[Ver vídeo](#)



## EMAIL MARKETING PARA STARTUPS

Campus Google Madrid

Conferencia en el Campus de Google dentro de un ciclo de expertos. La temática era email marketing dentro de las estrategias de inbound marketing muy centrado en cómo puede ayudar a las startups como forma de captar y convertir clientes.

[Ver vídeo](#)



## CONTENT STRATEGY IN DIGITAL ERA

International Fundraising Congress

Formación en formato master class en inglés impartida en Holanda para personas de distintas nacionalidades sobre las estrategias de contenidos en los planes de captación de fondos para ONGs.

[Ver presentación](#)

# ESTRATEGIA Y MARKETING DE CONTENIDOS

Editorial ANAYA, 2ª Edición

---

Una conversación en el ascensor por la mañana, el programa de radio que sonaba en el coche, el mensaje del ordenador al encenderse, todo eso es 'contenido'. Por supuesto, también estas palabras que lees ahora mismo. Cada vez que se transmite un mensaje se está hablando de 'contenido'. Si la gente pasa el día entero comunicándose, entonces hay 'contenido' en ese intercambio cotidiano.

En este libro las narrativas de producto son el discurso transversal que empieza en el diseño de producto o servicio, y termina en el marketing y la comunicación.

[Ver más sobre el libro](#)

CLARA ÁVILA

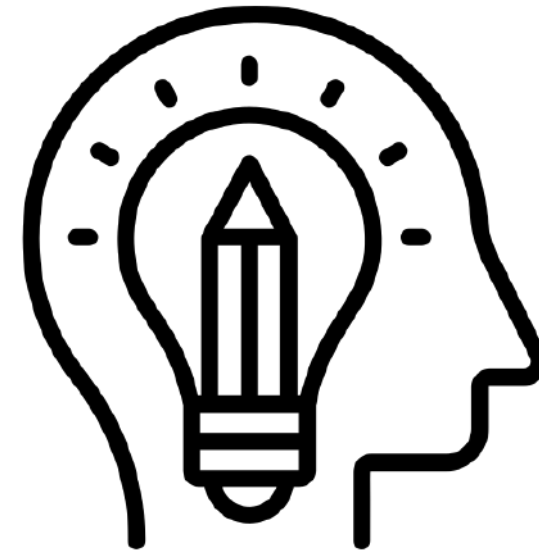




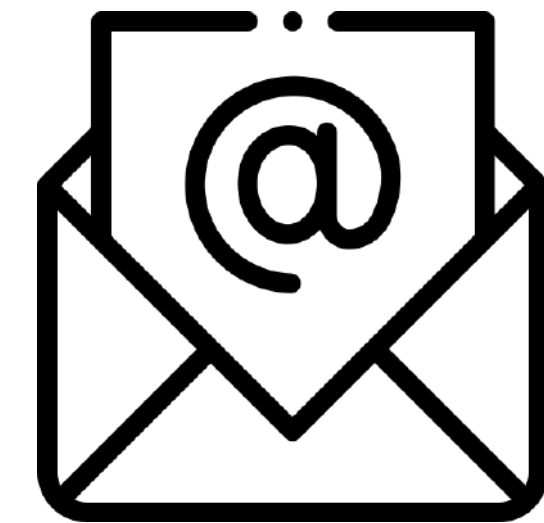
# PRINCIPALES FORMACIONES



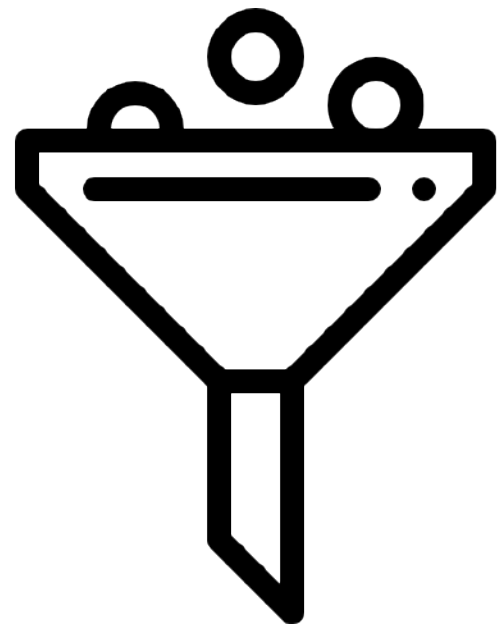
ESTRATEGIA DE  
CONTENIDOS



DISEÑO DE PRODUCTOS  
Y SERVICIOS



EMAIL MARKETING



GENERACIÓN DE  
LEADS



PLANES DE CONTENIDOS  
MULTICANAL



ESTRATEGIA DIGITAL

# ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

## IDEA CENTRAL

En esta formación vemos cómo el contenido es el eje central de comunicación y, mediante una metodología propia, se crea un primer boceto de estrategia de contenidos.

En la formación:

- Se analiza la propuesta de valor de la marca
- Se explican metodologías de definición estratégica
- Se ven ejemplos de marcas
- Se aterrizan algunos ejemplos mediante creación de pequeñas campañas o campañas integrales

## FORMATO Y METODOLOGÍA

Al ser de larga duración, este formato suele realizarse en formato máster class a ser posible con tiempo suficiente para el trabajo en equipo. En formato conferencia se explica la metodología de creación de estrategias de contenido.

Esta formación puede ir acompañada de planificación de contenidos, generación de leads y de email marketing.

# DISEÑO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

## IDEA CENTRAL

El diseño de productos y servicios es una fase previa a las campañas y estrategias de marketing que puede ayudar mucho a emprendedores y pequeñas empresas de cara a ofrecer algo que tenga una relevancia real. En esta formación ponemos el foco en las metodologías de *design thinking* y lo aplicamos a casos reales.

Las personas asistentes se llevarán:

- Cómo utilizar metodologías de diseño en casos reales
- Análisis de necesidades de personas usuarias
- Técnicas de ideación
- Metodologías de validación de ideas

## FORMATO Y METODOLOGÍA

Esta formación tiene un carácter muy práctico. Se ha llevado a cabo en formatos presenciales con un marcado trabajo en equipo. También en formatos online donde se facilitan plantillas de trabajo para poder realizar las actividades.

El formato conferencia es posible solo describiendo la metodología y ejemplos concretos.

# EMAIL MARKETING

## IDEA CENTRAL

Las estrategias de email marketing son una forma de ponerse en contacto directo con el usuario y, bien realizadas, suelen tener altas tasas de conversión. En esta formación se crean campañas de email de manera estratégica y se aterriza en ejemplos concretos de email:

- Definición estratégica de las campañas de email
- Creación de campañas simples analizando los distintos elementos
- Automatizaciones en el email marketing
- Analítica y testing
- Creación práctica de campañas de email con mailchimp

## FORMATO Y METODOLOGÍA

Esta formación es, posiblemente, una de las que más veces se ha desarrollado. A día de hoy la puedo impartir en una hora, haciendo un resumen de los puntos más importantes o en formatos de larga duración en diez horas para realizar una parte práctica de co-creación de la estrategia con la persona asistente.

Es fácilmente complementable con la formación de generación de leads.

# GENERACIÓN DE LEADS

## IDEA CENTRAL

La generación de leads es una forma económica de empezar a vender online. Con una estrategia bien desarrollada, y el acompañamiento de los contenidos necesarios, podemos crear embudos de conversión que hacen un ciclo de relación con el cliente mucho más ligero y efectivo.

En la formación se ven:

- Las bases del inbound marketing
- Cómo idear *lead magnets* de calidad
- Creación de *landing pages* e integración en campañas integrales
- Automatizaciones de cara a la conversión

## FORMATO Y METODOLOGÍA

Esta formación tiene un carácter práctico, por eso recomendamos la realización en pequeños grupos o, ante grandes audiencias, dividir el trabajo en equipos para poder acompañar en el proceso de aprendizaje.

Esta formación puede ir acompañada de publicidad en redes sociales y profundizar en email marketing.

# PLANES DE CONTENIDO MULTICANAL

## IDEA CENTRAL

Una vez que hemos definido una estrategia de contenidos, llega el momento de aterrizarlo en planes concretos para cada uno de los canales en los que podemos trabajar.

Durante la formación hacemos foco en:

- El análisis de canales para entender el objetivo que se puede perseguir con cada uno
- Metodología propia para creación de roadmaps y pequeñas campañas
- Planificación de contenidos por canal
- Ejemplos y práctica de creación de contenidos
- Medición de resultados

## FORMATO Y METODOLOGÍA

Metodología y práctica acompañan a las personas que asisten a esta formación. Esta formación cuenta con plantillas y ejercicios para poder salir con una campaña planificada y prácticamente lista para salir.

Esta formación puede ir acompañada de estrategia de contenidos o ser ampliada con una formación específica de ciertos canales (redes sociales, blog, email marketing o lead generation, entre otros).

# ESTRATEGIA DIGITAL

## IDEA CENTRAL

Estrategia de contenidos, inbound marketing, design thinking, lead generation... ¿Sabes por dónde empezar tu estrategia digital? Esta formación sintetiza y guía a la persona que asiste en ese proceso de entender y decidir qué necesita y cómo definir un plan de marketing que sirva como herramienta estratégica.

Aquí el listado de temas es muy diverso y recomiendo una reunión previa para explorar las necesidades de las personas asistentes para crear un programa que cubra sus necesidades formativas. En ocasiones se sugerirán otros formadores especializados en áreas concretas para asegurar la calidad de la materia impartida.

## FORMATO Y METODOLOGÍA

Esta formación es de larga duración y está pensada más como un módulo dentro de una formación especializada con varias sesiones.

## CHARLAS INSPIRACIONALES

Estos temas son ejemplos técnicos de temáticas que se pueden tratar en docencias y formaciones. Dentro de mi experiencia, hay otros tipos de materias y charlas inspiracionales realizadas a distintos tipos de públicos que pueden ser de interés para tu audiencia.

[Ver Ignite Madrid](#)

[Ver Tecnológica Tenerife](#)





CONTACTO

# ESCRÍBEME

Me encantaría poder contarte más y que podamos explorar otras opciones o formaciones sobre otros temas que os puedan interesar.

La mejor forma de contactarme es esta:

[mimailes@claraavilac.com](mailto:mimailes@claraavilac.com)

639.36.68.26

## TAMBIÉN EN INTERNET

Mi web

[www.claraavilac.com](http://www.claraavilac.com)

Linked In

[www.linkedin.com/in/claraavilac](http://www.linkedin.com/in/claraavilac)

Twitter

<https://twitter.com/claraavilac>