



Espaitec organitza un taller en línia per aprofundir en les oportunitats de negoci que ofereix LinkedIn

La següent sessió 'El poder de la Marca Personal com a element clau de Màrqueting per a incrementar vendes' està prevista per al dijous 15 d'abril

Espaitec organitza, dins del cicle d'activitats de formació Recicla't, un taller orientat a aprofundir en les oportunitats de negoci que ofereix la xarxa social orientada al marketing, LinkedIn. Va ser impartit per Stefania Brunori, experta en Xarxes Socials i Marca Personal, amb més de 15 anys d'experiència internacional

Castellón Información

Espaitec, Parc Científic i Tecnològic de la Universitat Jaume I de Castelló, va organitzar el dijous 4 de març un taller en línia sobre l'aplicació de màrqueting en la xarxa social **LinkedIn** i

el seu ús com a eina generadora de negoci, dins del cicle d'activitats de formació **Recicla't Espaitec**. Aquestes sessions de formació tenen per objectiu millorar les habilitats empresarials de les companyies vinculades a Espaitec, grups d'investigació de la Universitat Jaume I interessades a generar futures spin-offs i al teixit empresarial de la província de Castelló.

El taller en línia va ser impartit per **Stefania Brunori**, experta en **Xarxes Socials i Marca Personal**, amb més de 15 anys d'experiència internacional en llocs de direcció. Originària de Castelló ha treballat als Emirats Àrabs durant més d'una dècada i en grans multinacionals com Teka i Nokia.

Durant la sessió formativa es van poder conèixer les principals tendències de LinkedIn per a 2021 i la seua aplicació com a eina per a la generació de negoci. Un dels punts més rellevants que es van destacar van ser la creació de contingut que aporte valor al públic objectiu, permetent interactuar amb l'empresa i aconseguir la seua fidelització. També es va nomenar com a tendències a tindre molt en compte l'ús de la intel·ligència artificial per a millorar el retorn de la inversió (**ROI**) i maximitzar els resultats, l'impuls del màrqueting d'influència per a dotar de major confiança als potencials clients, i l'era del vídeo com a principal generador de contingut, aportant com a dada que el 82% del contingut en LinkedIn va ser el vídeo durant 2020.

Brunori va destacar que la realització del màrqueting de continguts té un cost de producció d'un 62% menys que el màrqueting tradicional, obtenint tres vegades més vendes. Prenent com a referència que la xarxa social LinkedIn continua mantenint un trànsit orgànic molt alt, és a dir, trànsit que prové de resultats en cercadors i no de mètodes de pagament, és una de les eines clau de màrqueting per a les empreses en 2021 per a aconseguir una posició avantatjada enfront de la competència.

El **cicle Recicla't Espaitec** té programada la seua següent sessió «El poder de la Marca Personal com a element clau de Màrqueting per a incrementar vendes» per al dijous 15 d'abril, i compta amb el suport de la **Conselleria d'Innovació, Universitats, Ciència i Societat Digital de la Generalitat Valenciana**.