

**El primer encuentro del programa tiene lugar mañana en Madrid, en el Centro de Convenciones Norte de IFEMA**

---

## **CORREOS PATROCINA LA VIII EDICIÓN DE “HOY ES MARKETING”**

- ✓ **El ciclo de encuentros se celebrará en Madrid, Valencia, Bilbao, Pamplona, Sevilla, Barcelona y Zaragoza y reunirá a más de 10.000 profesionales y directivos de empresas**
- ✓ **Dentro del espacio patrocinado por la empresa postal, “Integrated Marketing: Suma y no resta”, **CORREOS** ha invitado a tres expertos en publicidad online y tradicional**

**Madrid, 13 de abril de 2011.-** **CORREOS** es patrocinador de la VIII edición de “**Hoy es Marketing**”, organizada por **ESIC Business & Marketing School**, que tendrá lugar durante la jornada de mañana, 14 de abril, en el madrileño Centro de Convenciones Norte de IFEMA. Este encuentro, dirigido a profesionales y directivos del mundo empresarial, el marketing y la comunicación, representa una oportunidad única para conocer de primera mano cómo las empresas españolas más importantes entienden y hacen el mejor Marketing de España en tiempos de crisis.

Bajo el lema “**Nuevos paradigmas y valores globales. Ideas que están cambiando el mundo**”, las conferencias y las mesas redondas previstas en el programa abordarán asuntos como el marketing integrado, la necesidad de internacionalización de las PYMES y las buenas prácticas en la relación entre las marcas y los distribuidores en beneficio del consumidor. Las jornadas contarán con la presencia de profesores de ESIC y responsables de la Fundación Everis, Nielsen, Mediabrand (Grupo Interpublic); Telefónica, Coca-Cola, Panrico, Carrefour, Jhonson & Jhonson, Dia, Eat Out, BT Global Services, Blusens, Zinkia, Accesur/La Española, Cofides, Foro de Marcas Renombradas Españolas (AMRE), BBVA y Nestlé, entre otros.

“**Hoy es Marketing**” se celebrará en siete ciudades españolas y reunirá a más de 10.000 profesionales y directivos de empresas. Tras su inauguración mañana en Madrid, el encuentro se celebrará en Valencia (el 5 de mayo, en el

Palacio de Congresos de Valencia), Bilbao (el 10 del mismo mes, en el Palacio Euskalduna Jauregia), Pamplona (el 12 de mayo, en el Baluarte-Palacio de Congresos), Sevilla (el día 17, en el NH Centro de Convenciones), Barcelona (el día 25, en el Palacio de Congresos CCIB Forum) y, por último, en Zaragoza (el día 31, en el Auditorio).

### **CORREOS Y SUS SOLUCIONES APLICADAS AL MARKETING DIRECTO**

En el marco de las jornadas, **CORREOS** contará con un stand informativo en el que la empresa postal presentará su amplia gama de productos y servicios destinados al marketing directo. Además, dentro del espacio patrocinado por la empresa postal, titulado **“Integrated Marketing: Suma y no resta”**, **CORREOS** ha invitado a tres expertos en publicidad online y tradicional: Joost van Nispen, presidente del Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo (ICEMD), que participará con la ponencia **“Integración de estrategias de marketing directo y marketing digital”**, Nacho Herranz, director creativo de RMG Connet, con la ponencia **“Caso Nuevo Smart Ecológico: El papel interactivo del papel”** y Antoni López, director de Areas of Expertise de TNS en España, con la ponencia **“Puntos de contacto de las marcas con los consumidores: la integración del marketing directo en la estrategia global de marketing de las compañías”**.

El año pasado los especialistas que participaron en el congreso concluyeron que la publicidad por Internet se combinará con la tradicional. Según Joost van Nispen, “es la conclusión que se ha sacado de recientes estudios en Estados Unidos, que demuestran que el ciudadano empieza a saturarse del marketing online y quiere volver a lo tangible, a lo físico. Las campañas de éxito hoy en día son las mixtas, las que integran el marketing online y el offline”.

Precisamente el **Grupo Correos** se presenta como el referente real del marketing directo en España, ya que es el único operador capaz de integrar formatos “on” y “off” mediante la combinación de los servicios de su filial **NEXEA** (documentos electrónicos, servicios de digitalización...) y el potencial de la matriz, **CORREOS**, cuya extensa red de distribución más sus innovadores y económicos productos hacen realidad cualquier campaña de marketing directo: desde la más sencilla hasta la más compleja.

Síguenos  
en:

 twitter

 facebook