

[Suscríbete](#) y recibe todas las **noticias del marketing** | [Modifica tus datos](#)

 ×
 con la tecnología de

[Portada](#) [Tarifas](#) [Newsletter](#) [Titulares en RSS](#) [Contacto](#)

[Actualidad](#) [Especiales](#) [Creacion](#) [Vídeo](#) [Punto de Vista](#) [Bolsa de Empleo](#) [Servicios](#)

[mkcomunidad](#)

[md](#) freelance



LO ÚLTIMO » 13:10 **Anunciantes** Empate técnico en enero entre Atresmedia y Mediaset en impacto social

31 enero 2014 · [Eventos y Formación](#)



Aedemo presenta su Plan Estratégico para 2014



Aedemo ha presentado este viernes 31 de enero las líneas maestras del nuevo plan que tiene previsto implementar a corto y medio plazo con el objetivo de promover la activación de estudios de mercado, marketing y opinión así como para fomentar el desarrollo de profesional de sus socios.

Para dar a conocer todas estas novedades la rueda de prensa ha contado con la presencia

del presidente de [Aedemo](#), **Jordi Hidalgo** y **María Lizarraga**, gerente de la asociación.

Este nuevo plan constituye el punto de partida para el desarrollo de un plan de acción ha explicado Hidalgo. Para desarrollarlo se han fijado varios elementos de partida. Una misión en la que **Aedemo** se hace valedor del rigor de la investigación así como del crecimiento profesional de sus socios con la visión de constituirse como la asociación profesional líder del sector.

Para cumplir esto, **Aedemo refuerza su compromiso con sus socios**, ya que son "su valor real y trabajamos sobre esto", la excelencia, la ética y la innovación. El objetivo sobre el que gira y trabaja toda esa estrategia es el de "potenciar el sentimiento de pertenencia y la fidelidad de nuestros asociados".

Este nuevo plan se sustenta sobre cuatro pilares. El primero de ellos es la comunicación con el objetivo de "promover la presencia de la asociación y la información de sus actividades en ele exterior". En segundo lugar se aumentará el número de actividades dirigidas a los socios para "facilitar el acercamiento, activar puntos de encuentro y generar debate entre los asociados".

La formación constituye un valor muy importante en esta estrategia con el objetivo de "apoyar el crecimiento profesional" y, por último, se buscarán nuevas vías para fidelizar a los socios.

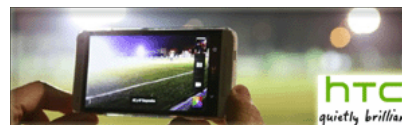
Para poner en marcha estas estrategias, se ha definido una nueva Organización para trabajar de forma más coordinada con la Presidencia, Gerencia y vocalías y la Junta Directiva. Serán estas vocalías las responsables de llevar a cabo las actividades definidas con el compromiso de conseguir cumplir todos estos objetivos.

Los medios de comunicación como altavoces

El **acercamiento a los medios de comunicación** y otros actores del sector es una de las líneas sobre las que se sustentan estas nuevas estrategias de actuación. María Lizarraga, gerente de la asociación, explica que están realizando "una aproximación a los medios de comunicación porque pensamos que tenemos que estar muy cerca de ellos para que nuestra información llegue a nuestros socios ya que gran parte de la audiencia de estos medios también son nuestros socios".

Este plan también incluye unas **ventajas económicas para los socios**. A partir de este año estos no tendrán que pagar el IVA de las cuotas. Ni los que trabajan para la asociación a través de empresas ni los que lo hacen de forma independiente. Además estos contarán con una mayor presencia ya que, en palabras de Lizarraga

HTC "HOY TODO CAMBIA"



ESPECIAL DLD



ESPECIAL LATINOAMÉRICA



MARKETINGDIRECTO TV



Editors Lab – (diario) El País Hackdays (news Apps competition)

GALERÍA

[Los eventos de la semana en imágenes](#)

"los proyectos contarán con un grupo de socios para conocer cuáles son sus demandas y que puedan aportar nuevas ideas".

Seguir a @Mkdirecto

Compartir



Noticias relacionadas

- [#EncuentroInvestigacion: ¿por qué el big data no debe infundir miedo a los "marketeros"?](#)
- [E. Madinaveitia \(Zenith Media\): "Necesitamos medir la audiencia any time, any where, any device"](#)
- [Última mesa redonda en #AedemoTV: Televisión, ¿crisis o punto de inflexión?](#)
- [Jordi Guix \(Havas Media\) en #AedemoTV: "El fenómeno de la social TV tenía que explotar sí o sí"](#)

Un Comentario

Lucho de EAE dice:
31 enero, 2014 a las 14:14



Particularmente creo que es interesante ver y analizar la manera en que esta clase de empresas enfrentan hoy una cuestión tan relevante para su funcionamiento como es la del marketing y la difusión de sus productos y servicios. En este sentido, considero que la mejor manera de crecer y de evolucionar en dichas cuestiones consiste hoy en recurrir a los profesionales egresados de las avanzadas maestrías que hoy se brindan.

¡Comenta esta noticia!

Escribe tu Comentario debajo o haz un [trackback](#) desde tu web.

Nombre (*)

Mail (no se muestra) (*)

Web (opcional)

Comentario

Enviar comentario »

x 1 = uno



Esta semana seguimos ofreciéndoles lo mejor de la actualidad diaria de nuestro sector a través de imágenes. No se pierda las fotografías del Hackday de El País este sábado, el

desayuno de AEDEMO, la visita de un 'Markenauta' a nuestra oficina, The App Date celebrado este lunes en el HUB Madrid y la presentación del ...

@MKDIRECTO

Tweets

- MarketingDirecto.com** 5m
@MkDirecto
Empate técnico en enero entre Atresmedia y Mediaset en impacto social bit.ly/1gG6i2U
Retweeted by Impulso
Empresarial
Expand
- MarketingDirecto.com** 45m
@MkDirecto
Varios gigantes alemanes de la publicidad online quieren declarar la guerra a Adblock Plus en los tribunales bit.ly/1dXQhxr
Retweeted by Jessica Cerón

Compose new Tweet...

188486 Followers

NOTICIAS

[Lo último](#) + [Visto](#) + [Comentado](#)

CAMPAÑA

[Campañas](#) [Spots](#)



Campañas de Marketing:
Vuelve Jameson Place, el vecino irlandés vuelve al barrio

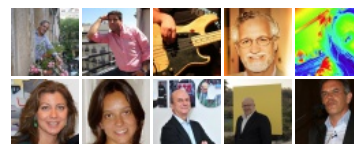
La marca Jameson han desarrollado por segundo año consecutivo el Jameson Place, una iniciativa de PernodRicard, en el madrileño barrio de Malasaña donde los "amigos del barrio" cobran protagonismo y ... [Leer más](#)

FACEBOOK

Búscanos en Facebook

MarketingDirecto.com
Me gusta

A 105 282 personas les gusta MarketingDirecto.com.



Plug-in social de Facebook

