

SEMINARIO DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DIGITAL



Interactive Advertising Bureau
www.iabspain.net

EMPLOYEE ADVOCACY MARKETING

José Prieto

Socio Departamento Laboral

Ignacio Vela

Asociado Senior

Departamento Propiedad Intelectual/ ITC

BAKER & MCKENZIE

PATROCINA:



Seminario de publicidad y comunicación digital IAB - aea

¿Qué sabíamos ya?

las **REDES SOCIALES** están
convirtiendo las formas de
hacer publicidad

l@s emplead@s pueden ser
EMBAJADORES de la marca

pueden ser
INFLUENCERS de la empresa



¿Qué estamos conociendo?



PATROCINA:

¿Qué se visualiza?

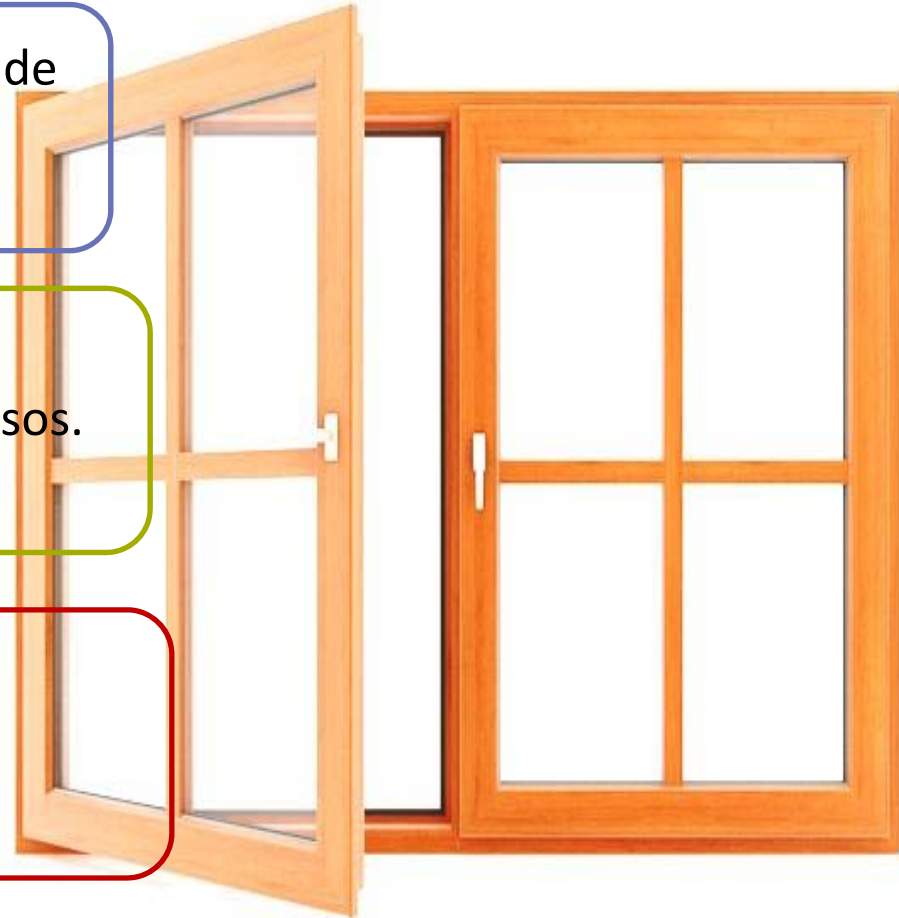
l@s emplead@s pueden ser una fuente de ingresos, en lugar de un coste.

NUEVA LINEA DE NEGOCIO

l@s emplead@s querrán tener un retorno/compensación por generar ingresos.

SALARIOS/BENEFICIOS ADICIONALES

l@s emplead@s querrán trabajar en las empresas que les ofrezcan sistemas alternativos. **ATRACCION DE TALENTO**



PATROCINA:

L **LIGATUS**

¿Qué habrá que tener en cuenta?



las empresas tendrán que crear **políticas nuevas**



perspectiva **NEGOCIO + RRHH + LEGAL**



PATROCINA:

L **LIGATUS**

Seminario de publicidad y comunicación digital IAB - aea

Desde la perspectiva RRHH:

¿quién puede participar?

**¿tipos de beneficios
y reglas aplicables?**

**universalidad
de las acciones**

**¿qué canales y medios?
restricción o control?**

PROTECCIÓN DE DATOS

**uso: razonabilidad y
responsabilidad**

**finalización de la
participación ¿alumni?**

¿medidas disciplinarias?

¿Y si somos visionarios?



la **capacidad de transmisión** del mensaje de una plantilla grande

puede ser **objeto de trading**

¿lineales en retail?: pero en el mundo online

PATROCINA:

L **LIGATUS**

Seminario de publicidad y comunicación digital IAB - aea

EMPLOYEE ADVOCACY

WE LOVE EMPLOYEE ADVOCACY. HERE ARE A FEW REASONS WHY:



1 INCREASE YOUR REACH

Your employees reach 10X more people than all your corporate social accounts together.



2 BUILD TRUST

On average, an employee advocate is 2 x more trusted than your CEO.



3 SAVE COSTS

The cost-per-click for Facebook ads increased 24% in 2013. On average, one employee share generates 4 clicks on Facebook.

4 ENGAGE YOUR EMPLOYEES

Over 50% of employees say that communication and honesty are key factors to drive engagement.



5 SUCCEED IN RECRUITING

33% of companies see decreased time to hire. 49% find an increase in quality of candidates and 43% in quantity of candidates.



6 GENERATE SALES

12% increase in brand advocacy generates a 2x increase in revenue growth. Leads developed through employee social marketing convert 7x more frequently than other leads.



Sources: Smarp, Edelman Trust Barometer, MSW-ARS Research, jobvite.com, Cisco, IBM



PATROCINA:



Seminario de publicidad y comunicación digital IAB - aea

Regulación publicitaria

Ámbitos a considerar

- ☒ Límites publicitarios (publicidad encubierta, engañosa, ...).
- ☒ Protección de datos
- ☒ Trazabilidad y uso de cookies
- ☒ Rol de los empleados

Soluciones legales

- ☒ Revisión del briefing de la campaña
- ☒ Elaboración de políticas y procedimientos
- ☒ Textos legales adaptados a la creatividad
- ☒ Contratación

CONTACTO

¡MUCHAS GRACIAS!

JOSE PRIETO
Socio Departamento Laboral
jose.prieto@bakermckenzie.com

IGNACIO VELA
Asociado Senior Departamento Propiedad Intelectual/ ITC
ignacio.vela@bakermckenzie.com

PATROCINA:



Seminario de publicidad y comunicación digital IAB - aea