

CASE STUDY



Los socios de la **Asociación de Profesionales de Marketing**, de **Barcelona** "asisten" a una jornada de la asociación desde sus despachos

Gracias a la tecnología de **televisión por internet**, los socios de la **AP Marketing** han podido presenciar las ponencias de la jornada "**Televisión por internet**, un nuevo canal con nuevos públicos objetivo" desde sus casas u oficinas, y en el momento escogido por ellos.

Esta emisión demuestra que transmitir eventos en directo a través de **internet**, en buena calidad, y con la opción de disponer posteriormente de televisión a la carta, donde visualizar cada una de las ponencias por separado en el momento deseado, está ya al alcance de organizaciones, instituciones y empresas. Una opción, por otro lado, muy valorada tanto por los organizadores como por los espectadores/socios.

"En la asociación hemos valorado muy positivamente el hecho de que nuestros socios pudieran ver las ponencias en cualquier momento, con muy buena calidad y desde cualquier parte del globo."

"Ha sido un servicio muy apreciado por los socios. Ello nos ha animado a trabajar para emitir algunos de los principales eventos de la **AP Marketing** a través de la **televisión por internet**."

Montserrat Albornà,
Gerente de la Asociación de Profesionales de Marketing



La Asociación de Profesionales de Marketing

Es la organización referente del marketing en **Cataluña** y reúne a más de 1.400 profesionales, además de las principales compañías ubicadas en la comunidad, instituciones y sector educativo. **Tiene como objetivos actualizar a sus asociados sobre las novedades del sector, proporcionarles formación y posibilidades de intercambio de experiencias y ofrecer una plataforma de relación entre los profesionales del marketing en Cataluña.**

AP Marketing

www.zentum.tv

El Contexto

La jornada “**Televisión por internet**, un nuevo canal con nuevos públicos objetivo”, tuvo lugar el **30 de noviembre de 2007 en el Auditori Axa de Barcelona**, con la **participación de representantes de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, SEAT, Ad-Accuracy y la propia Zentum.**

El evento, de cuatro horas de duración, fue transmitido en directo a través de **www.zentum.tv**, y a partir del día siguiente y durante un mes todos los socios de la **AP Marketing** pudieron visualizar las ponencias a la carta con gran calidad y sin cortes gracias a la tecnología multibitrate, que adapta la calidad de video al ancho de banda de cada usuario.

Contenidos

Durante el mes de funcionamiento de la televisión, la programación estuvo constituida por la emisión continua de la jornada y un informativo-resumen de la misma. En el apartado de video a la carta, el espectador podía encontrar cada una de las ponencias por separado, y elegir cuál visualizar en cada momento.

PUBLICIDAD, PATROCINIO Y SUSCRIPCIÓN

La transmisión-emisión a la carta de la jornada fue patrocinada por **BCP**.

Otros modelos de autofinanciación son la emisión de cortinas publicitarias de introducción, spots publicitarios convencionales, banners y acceso por suscripción, previo pago de cuota.