

Community Manager 2.0

para crear, fidelizar
y dinamizar
comunidades
virtuales

SOCIAL MEDIA MARKETING	SERVICIOS PUBLICACIÓN 2.0
CULTURA 2.0	ECTO
BLOGGING	TWEETDECK
LIVESTREAMING	SEESMIC DESKTOP
MICROBLOGGING	TWITTER ANALYZER
REDES SOCIALES	SOCIAL OOMPH

TALLER PRACTICO: GESTION DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO PUBLICITARIO Y DE CONTACTO CON EL CLIENTE

- Planificación, diseño y ejecución de campañas
- Metodología para realizar un marketing efectivo y rentabilizar la comunidad
- Customer Service 2.0 y análisis NPS



Impartido por
EMERITO MARTINEZ PROSEGUR

13 Expertos + 11 Experiencias Prácticas

- > ATOS
- > CAIXA GALICIA
- > ENDESA
- > IMPOK
- > INFOEMPLOO
- > INFOJOBS
- > MINUBE.COM
- > REPSOL YPF
- > TELECINCO
- > 11870.COM
- > 20 MINUTOS

**11 Best Practices
comparten su know
how:** ¡Aprenda de los
aciertos y evite sus
errores!

**Madrid,
28 y 29 de Septiembre
de 2010
Hotel Confortel Pío XII**



Conferencia



Martes 28 de Septiembre de 2010

9.00

Recepción de los Asistentes

9.30

El rostro de la marca: ¿Quién es el Community Manager y cuáles son los diferentes tipos de Community Manager existentes?

La experiencia práctica de Minube.com

- El gestor de comunidades online «ad-hoc»
- El gestor de la comunidad de la marca
- Qué no es un CM

Pedro Jareño

Responsable de Comunicación

MINUBE.COM

10.15

¿Cuáles son las funciones propias del Community Manager para dinamizar la comunidad virtual?

La experiencia práctica de Repsol YPF y Aerco

- Moderador, Community Manager, Social Media Analyst: juntos pero no revueltos
- ¿De qué departamento depende el Community Manager?
- ¿Cuáles son las responsabilidades y tareas del Community Manager?

Selva M. Orejón

Gestora de reputación online

Repsol YPF

Vice Presidenta

AERCO

11.00

Café

11.30

PONENCIA DE ATOS

12.00

PANEL DE EXPERTOS: ¿Cómo establecer una conversación one to one con los usuarios según la estrategia empresarial?

La experiencia práctica de Impok, Infoempleo y 20 minutos

- Distribución de contenidos
- Dinamizador y moderador de la actividad
- Captación y fidelización de clientes
- Indicadores y métricas del servicio
- Desarrollo de Negocio y Community Manager

David Moreno

CEO y Community Manager

IMPOK

Virginia Pérez Alonso

Directora editorial

20MINUTOS.ES

13.00

Claves y mejores prácticas en la creación de la figura del Community Manager

La experiencia práctica de Caixa Galicia

- Ámbito
- Tareas/Funciones
- Herramientas

Jerónimo Pérez Paz

Servicios Web

CAIXA GALICIA

13.30

Optimización de las redes sociales para mejorar la relación con el cliente

La experiencia práctica de InfoJobs

- ¿Qué hemos hecho bien?
- ¿Qué hemos hecho mal?
- Actividades, dinámicas e interacciones

Herènia Casas

Responsable Fidelización - Area de Candidatos

INFOJOBS.NET

14.00

Almuerzo patrocinado por Atos

16.00

Cómo aprovechar al máximo las herramientas y beneficio a las herramientas on line y redes sociales: facebook y twitter

La experiencia práctica de Telecinco.es

- ¿Qué rendimientos se les puede sacar a las redes sociales?

- > Becarios
- > Sexo en Chueca
- > Adopta a un famoso

Riccardo Marino

Jefe Formatos Multimedia

TELECINCO

16.45

El desarrollo de web 2.0 y el sector energético

La experiencia práctica de Endesa

- El caso Twenergy.com

Jorge Sánchez-Mayoral

Subdirector Internet y CRM

ENDESA

Santiago Bañales

Subdirector de Estrategia y Desarrollo de Productos y Servicios

ENDESA

17.15

¿Qué tipos de aptitudes técnicas, habilidades sociales y actitudes debe tener el CM?

La experiencia práctica de 11870.com

Aptitudes técnicas

- Conocimiento Sectorial
- Conocimientos de marketing, publicidad y comunicación corporativa
- Redacción
- Un punto "geek" pasión por las nuevas tecnologías
- Creatividad
- Experiencia en comunicación on line
- Cultura 2.0

Habilidades Sociales

Actitud

Esmeralda Martín

Responsable de Comunicación


11870.COM

18.00

Fin y clausura de la Community Manager Meeting

Taller Práctico

iiR organiza
Community
Manager en:

 **Madrid**
28 y 29 de Septiembre
de 2010

 **México D.F.**
Noviembre
de 2010

 **Bogotá**
Noviembre
de 2010

Síganos en



Miércoles 29 de Septiembre de 2010

TALLER PRACTICO: GESTION DE LAS REDES SOCIALES COMO MEDIO PUBLICITARIO Y DE CONTACTO CON EL CLIENTE

Horario

Apertura:	9.30 h
Café	11.00 - 11.30 h
Almuerzo:	14.00 - 15.30 h
Clausura:	18.30 h

Módulo 1

Las Redes Sociales Como Medios Publicitarios

Se abordará como utilizar las principales y más destacadas redes sociales para potenciar la marca, incrementar las ventas y fidelizar los denominados stakeholders (clientes, proveedores, empleados, etc...) hacia la empresa y sus productos o servicios

- La Publicidad en las Redes Sociales
- Puntos fuertes y débiles como medio publicitario
- Formatos, soportes y estilos
- Audiencias y perfiles
- Modelos de segmentación
- Redes Sociales Móviles: acceso, formatos y aplicaciones
- Planificación, Diseño y Ejecución de campañas en Redes Sociales
- Cómo integrarlo en las campañas de publicidad integral

Módulo 2

Taller Práctico: ¿Qué hacer y cómo sacar el máximo provecho a las principales redes sociales?

Las redes sociales se han convertido en un fenómeno mundial lleno de oportunidades. El usuario se desenvuelve en redes sociales, para comunicarse y relacionarse. Descubra como construir su comunidad de usuarios, a través de acciones efectivas. Nuestro Taller le permitirá: desarrollar objetivos, utilizar una metodología exitosa para realizar un marketing efectivo en redes sociales, identificar y atraer a clientes de valor, identificar las comunidades desde las cuales empezar a construir marca y rentabilizar la comunidad.

- Cómo utilizar Facebook:
 - > Para relacionarse con el cliente
 - > Comunicar novedades, ofertas, eventos, lanzamientos
 - > Generar base de datos
 - > Cómo hacer publicidad, sondeos e investigación en Facebook
- Cómo comunicar presentaciones de producto en Slideshare

- Cómo aprovechar Flickr para publicar y que publiquen fotos de mi producto
- Cómo aprovechar Youtube:
 - > Cómo crear un canal corporativo
 - > ¿Qué hacer?
 - > ¿Cómo aprovecharlo?
 - > ¿Cómo divulgarlo fuera del canal?
- Cómo utilizar y aprovechar Twitter para micro-comunicaciones
- > Qué hacer para generar respuesta y tener efecto viral
- Cómo utilizar y para qué LinkedIn y Xing en B2B y B2C
- Cómo utilizar los integradores de contenido más relevantes: Digg, Menéame,...
- Cómo utilizar las herramientas más conocidas y económicas de divulgación de contenido

Módulo 3

La gestión del contacto con el cliente a través de redes sociales

La web 2.0 permite a las marcas comunicar directamente con los usuarios generando una gran empatía y estableciendo vínculos muy directos. Además de las redes sociales hay otras formas de expresión de la web 2.0 como los foros y blogs en los que casi con total seguridad puedes participar. Si estás en las Redes Sociales puedes interactuar con tus clientes y, sobre todo, puedes escuchar lo que opinan de ti. El cliente manda más que nunca y has de aprender de sus opiniones. Gracias a la web 2.0 cualquier usuario puede dar su opinión sobre una marca, producto, servicio o evento. Por eso, si estás ahí demuestras que escuchas a tus clientes y reaccionas a sus peticiones. Así la empatía que les vas a generar y los vínculos emocionales que se crearán serán aun mayores. Redes Sociales, Blogs, Foros, RSS.... sea como sea tu proyecto, Internet te ofrece nuevas posibilidades de comunicación que has de exprimir ahora o nunca.

- El nuevo ecosistema de clientes: Interacciones controladas y no controladas
- La relevancia de la opinión publicada
- Customer Service 2.0
- Análisis de la Net Promote Score (NPS) como benchmarking de tu reputación social

Patrocinado por

Un encuentro imprescindible para

Portales y Compañías de cualquier Sector

- Community Manager
- Responsable de Internet
- Responsable de Atención al Cliente
- Responsable de Estrategia Web
- Responsable de Customer Experience
- Responsable de Marketing
- Responsable de Comunicación
- Webmaster
- Director Comercial

Banca y Entidades Aseguradoras

- Responsable de Desarrollo de Negocio
- Responsable de Oficina Virtual
- Responsable de Banca/Seguros On Line
- Director de Contenidos Web

Empresas de Servicios de Internet / Proveedores Tecnológicos / Agencias de Comunicación

- Responsable de Proyectos Web
- Responsable de Desarrollo de Negocio
- Director Comercial

Con agradecimiento a

10% de descuento para los asociados de



Media Partners

cibersur



ejecutivos.es



interactive

conferenZias.com

meeTEL



TodoFIDELIZACION.com

Moneda
Única



Estimado profesional,

Un CM **no es un integrante** del departamento de **comunicación y marketing** que **mantiene un blog**, abre una página en **Facebook**, o **actualiza el estado** de su cuenta en **Twitter**.

Muchas empresas están convencidas de estar optimizar las redes sociales, pero:

- ¿Escucha a la red?
- ¿Monitorea lo que se dice de su organización?
- ¿Explica la posición de su empresa a la comunidad?
- ¿Busca líderes de opinión entre comunidades

Por eso, iiR España organiza la Conferencia de **Community Manager Meeting** lleno de soluciones prácticas para asegurar el dinamismo de su comunidad:

- ¿Cómo analizar el **rostro idóneo de la marca**?
- ¿Cómo realizar la **captación y fidelización de clientes**?
- ¿Cómo gestionar la **metodología estratégica** para **medios sociales**?
- ¿Cuáles son las **responsabilidades y tareas** del Community Manager?
- ¿Cómo diferenciar el trabajo del **Moderador, Comunity Manager, Social Media Analyst**?
- ¿Cómo utilizar y optimizar al nuevo consumidor 2.0?

Reunidos en un mismo evento y durante 2 Jornadas:

- Las experiencias prácticas más relevantes: CAIXA GALICIA, ENDESA, IMPOK, INFOEMPLOE, INFOJOBS, MINUBE.COM, PROSEGUR, REPSOL YPF, TELECINCO, 11870.COM, 20 MINUTOS
- Los mejores expertos en Community Manager
- **1 Panel de Expertos sobre Cómo establecer una conversación one to one con los usuarios según la estrategia empresarial**
- **1 Taller Práctico de la mano de un instructor experto sobre:**
 - > Planificación, diseño y ejecución de campañas
 - > Cómo sacar el máximo provecho a las principales Redes Sociales
 - > Análisis de la Net Promote Score (NPS) como benchmarking de tu reputación social

En definitiva, un encuentro dónde vd. podrá conseguir mejorar sus comunidades virtuales y aprender técnicas y herramientas que harán evolucionar a su Community Manager.

Con la confianza de que este evento sea de su interés y en espera de poder conocerle personalmente, reciba un cordial saludo.

Eva Iglesias
Programme Manager
iiR España

Community Manager 2.0

Todas las novedades en

¡Síguenos!



http://twitter.com/iiR_Spain

¿Cómo inscribirse?

Elija entre estas 5 opciones para enviarnos sus datos

www.iir.es inscrip@iir.es

▶ t: 902 12 10 15 - 91 700 48 70

▶ f: 91 319 62 18

▶ Príncipe de Vergara, 109
28002 Madrid

El Departamento de Atención al Cliente se pondrá en contacto con Vd. para confirmar su inscripción

Community Manager 2.0

Madrid, 28 y 29 de Septiembre de 2010 CC0115

PRECIO

Si efectúa el pago

hasta el 23/07/10 después del 23/07/10

799€ + IVA **999€ + IVA**



**+ formación
por - dinero**

Infórmese de los nuevos Packs de Cursos

Ofertas no acumulables con otras promociones o descuentos

LUGAR DE CELEBRACION

Hotel NH Príncipe de Vergara

C/ Príncipe de Vergara, 92,

28006 Madrid, Tel. 91 563 26 95

No puedo asistir. Estoy interesado en su documentación

iiR le recuerda que la inscripción a nuestras jornadas es personal

Div. B/MB/E

INFORMACION GENERAL

CERTIFICADO DE ASISTENCIA

A todos los asistentes que lo deseen se les expedirá un Certificado Acreditativo de Asistencia a este evento.

CANCELACION

Si Vd. no puede asistir, tiene la opción de que una persona le sustituya en su lugar. Para cancelar su asistencia, comuníquenoslo con, al menos, 2 días laborables antes del inicio del evento. Se le enviará la documentación una vez celebrado el evento (**) y le será retenido un 30% del precio de la inscripción en concepto de gastos administrativos. Pasado este periodo no se reembolsará el importe de la inscripción. iiR le recuerda que la entrada a este acto únicamente estará garantizada si el pago del evento es realizado antes de la fecha de su celebración.

(** En caso de cancelación del evento por parte de iiR el asistente podrá elegir la documentación de otro evento)

Hasta 5 días antes, iiR se reserva el derecho de modificar la fecha de celebración del curso o de anularlo, en estos casos se emitirá un vale aplicable en futuros cursos o se devolverá el 100% del importe de la inscripción.

ALOJAMIENTO

Beneficiarse de la mejor tarifa disponible en el Hotel correspondiente y en los Hoteles de la Cadena NH haciendo su reserva a través de Viajes Iberia, e-mail: madrid.santiago.bernabeu16@viajesiberia.com o Tel. 91 411 08 56, indicando que está Vd. inscrito en un evento de iiR España.



TRANSPORTISTA OFICIAL

Los asistentes a los eventos que iiR España celebre en 2010 obtendrán un descuento del 40% en Business y del 45% en Turista sobre las tarifas completas en los vuelos con Iberia. En los vuelos operados por Air Nostrum obtendrán un 30% de descuento sobre tarifa completa en Business y Turista. La reserva y emisión se puede hacer en: SERVIBERIA (902 400 500), Oficinas de Ventas de IBERIA, la Web www.iberia.com/ferias-congresos o Agencia Viajes Iberia, indicando el Tour Code BTOIB21MPE0026.



TRANSPORTE OFICIAL TERRESTRE

Los asistentes a los eventos que iiR España celebre en 2010 obtendrán un descuento del 30% en trenes de: Alta Velocidad-Larga Distancia, Alta Velocidad-Media Distancia y Cercanías-Media Distancia-Convencional. Beneficiarse de este descuento descargando el documento de asistencia en www.iir.es/renfe y presentándolo en cualquier punto de venta RENFE, al adquirir el billete.



Datos personales: En cumplimiento con el artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de Diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, le informamos de que los datos personales que aporte en el presente formulario serán incorporados a los ficheros de "Institute for International Research España, S.L.", debidamente inscritos ante la Agencia Española de Protección de Datos, y cuyas finalidades son la gestión y cumplimiento de la relación establecida como consecuencia de la inscripción en el evento a que hace referencia, así como la gestión por parte de iiR de la selección de los asistentes al mismo, así como la realización de envíos publicitarios acerca de las actividades, servicios, ofertas, promociones especiales y de documentación de diversa naturaleza y por diferentes medios de información comercial, además de la gestión de la información de la que se disponga para la promoción de eventos, seminarios, cursos o conferencias que pudieran resultar de interés para los inscritos, de acuerdo con las labores de segmentación y obtención de perfiles relativa a los mismos, todo ello al objeto de personalizar el trato conforme a sus características y/o necesidades. Mediante la presente, usted queda informado y consiente que sus datos puedan ser cedidos a patrocinadores, publicaciones, expositores en ferias u otros sujetos en base a la relación que iiR mantiene con los mismos para procurar una mayor eficiencia de la gestión de sus actividades. Para el ejercicio de los derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición de sus datos por parte de iiR, deberá remitir un escrito identificado con la referencia "Protección de Datos" a "Institute for International Research España, S.L.", con domicilio social en la calle Príncipe de Vergara nº 109, 28002 Madrid, en el que se concrete la solicitud y al que acompañe fotocopia de su Documento Nacional de Identidad.

También le recomendamos

¿Por qué elegir iiR?

iiR España es líder desde hace más de **20 años** en el desarrollo y gestión de contenidos y eventos para empresas. Pertenece al **Grupo Informa plc**, el mayor especialista en contenidos académicos, científicos, profesionales y comerciales a nivel mundial. Cotizado en la Bolsa de Londres, el grupo cuenta con **10.500** empleados en **40 países**, **150 unidades operativas** y más de **120 líneas de negocio** distintas:

- + **12.000 eventos** a través de compañías como **iiR, IBC** o **Euroforum**
- + **40.000 títulos académicos** en catálogo a través de marcas tan prestigiosas como **Taylor & Francis** o **Routledge**
- Soluciones estratégicas de **performance improvement** a través de marcas tan reconocidas como **ESI Internacional, Achieve Global, Forum** o **Huthwaite**

En España, ofrece un servicio de formación e información integral con productos innovadores que, anualmente, eligen más de **8.000 profesionales**:

- **Programas presenciales:** + **500** seminarios, cursos, conferencias, encuentros y congresos de producción propia anuales
- **Formación In Company:** + **200** cursos diseñados e impartidos de forma exclusiva para cada empresa
- **Formación on line:** Written Courses, E-learning, Web Seminars, Eventos Virtuales y Documentación Técnica de alto valor añadido y contenido de máximo interés

Además, comparte sinergias de negocio con **Grupo Info:** empresa editora de las revistas técnicas Infomarine, Infopower, Infoenviro e Infodomus.

**¿Sabe que iiR es mucho más que eventos?
Descubra todos nuestros servicios**

Formación In Company

Paloma Palencia

Tel. 91 700 06 80 • ppalencia@iirspain.com

Documentación On Line

Mª Rosa Vicente/Cristina Carpe

Tel. 91 700 01 79 • Fax 91 141 36 15

documentacion@iirspain.com

Acciones de patrocinio y eventos a medida

Nacho Flores

Tel. 91 700 49 05 • Móvil: 609 883 316 • sponsor@iir.es

Written Courses

Dpto. Customer Relations

Tels. 902 12 10 15 / 91 700 48 70 • emartin@iirspain.com

E-learning

Susana Conde

Tel. 91 700 42 75 • sconde@iirspain.com

Eventos Virtuales

Dpto. Sponsor

Tel. 91 700 49 05 • sponsor@iir.es

www.informa.com

www.iir.es

iiR Doc



**iiR España le ofrece la
documentación formativa
más completa de su sector**

Escritura Eficaz para Web

Para adquirirla, contacte con:

Dpto. Documentación • Tel. **91 700 01 79**
documentacion@iirspain.com • www.iir.es/doc