

## Formalización de la Matrícula

La formalización de la matrícula se podrá realizar:

- Por teléfono: 902 30 21 30 / 91 745 47 60
- Por correo electrónico: enviando sus datos a la dirección: [inscripciones@ie.edu](mailto:inscripciones@ie.edu)
- A través de nuestro Boletín de Inscripción on-line, disponible en nuestra web: <http://www.execed.ie.edu/openprograms/>

La inscripción se realizará por riguroso orden de reserva.

María de Molina, 27 28006 Madrid  
Tel. (34) 91 568 96 36 - Fax. (34) 91 563 26 32  
[Begona.deMiguel@ie.edu](mailto:Begona.deMiguel@ie.edu)

## Información General

### FECHAS Y LUGAR DE REALIZACIÓN

El Seminario se desarrollará los días 25 y 26 de Noviembre de 2009 en las instalaciones de IE Business School en Madrid, según el horario que figura en el programa.

### DOCUMENTACIÓN

Todos los asistentes al Seminario recibirán el material didáctico que se utilice en las jornadas. Esta documentación será un manual de obligada consulta para resolver cualquier duda o interrogante sobre el tema.

### DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

El precio total del Seminario será de 1.850 euros, incluyendo además de su asistencia a las sesiones, la documentación, los almuerzos y los cafés. Los Antiguos Alumnos de Programas Master de IE Business School, podrán acceder a una bonificación del 10% y para miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos de IE Business School la bonificación será del 30%. Podrá beneficiarse de una bonificación del 5% de la cuota si realiza la inscripción y hace efectivo el pago 4 semanas antes de iniciarse el curso.

### CANCELACIONES

En caso de no poder asistir al Seminario, una vez formalizada la matrícula, se devolverá el 90% del importe, siempre que se comunique con al menos tres semanas de antelación a la fecha del inicio. La sustitución de la persona inscrita por otra de la misma empresa podrá efectuarse hasta el día anterior del inicio del programa.

### CERTIFICADO

Los participantes recibirán un certificado acreditativo de su participación en el Seminario.

### ALOJAMIENTO

Con objeto de facilitar el alojamiento a las personas de fuera de Madrid, IE Business School mantiene acuerdos de colaboración con diferentes hoteles próximos a la Escuela, donde se ofrecen interesantes descuentos para los asistentes al curso.

### DIVISIÓN DE PROYECTOS IN-COMPANY

Executive Education de IE Business School a través de su división de Proyectos In-Company, ofrece la posibilidad de desarrollar acciones de formación y consultoría, tanto en el ámbito nacional como internacional, acordes con las necesidades específicas de su empresa. Pueden ampliar esta información en el teléfono 91 745 47 61.

PARA INSPECCIÓN POSTAL ABRIR AQUÍ



 **ie** business school  
Executive Education

María de Molina, 27 28006 Madrid

Tel. (34) 91 568 96 36  
Fax. (34) 91 563 26 32

<http://www.execed.ie.edu>



ARTES GRÁFICAS desde 1918

 **Seminario**  
Marketing

 **ie** business school  
Executive Education

## Dirección de Comunidades Virtuales: El Community Manager como Clave del Éxito

[www.execed.ie.edu/ComunidadesVirtuales](http://www.execed.ie.edu/ComunidadesVirtuales)

## Dirección de Comunidades Virtuales: El Community Manager como Clave del Éxito

[www.execed.ie.edu/ComunidadesVirtuales](http://www.execed.ie.edu/ComunidadesVirtuales)

MADRID  
25 y 26 Noviembre  
2009

[www.ie.edu](http://www.ie.edu)





## OBJETIVOS

Las Redes Sociales y Comunidades Virtuales han irrumpido recientemente en las empresas. Nuevas oportunidades se generan y rápidamente surgen dudas sobre cómo rentabilizarlas y gestionarlas adecuadamente. Este curso está diseñado con el fin de clarificar conceptos y definir, de paso, las funciones del Community Manager. El puesto de Community Manager es un perfil de reciente creación en el mundo de la gestión de clientes que va camino de provocar una disrupción como la generada por la aparición del Product Manager en su momento.

En este sentido, el Community Manager es el responsable de todos los aspectos que afectan a la Comunidad Virtual, teniendo que dar respuesta a:

- Cuáles son los objetivos estratégicos y financieros a perseguir con la comunidad. Saber manejar adecuadamente la relación entre los ingresos generados y el valor creado por la comunidad, frente a los costes de la misma.
- Garantizar un canal de comunicación permanente entre las empresas y sus clientes o prospects.
- Determinar a qué mercados se dirigen los clientes, qué líneas de negocio desean que la empresa siga, qué necesidades tienen...
- ¿Qué es lo que se pretende con la creación de una comunidad en el momento presente y a futuro? ¿Cómo desarrollar unos planes de marketing estratégicos que incluyan la implementación de los mismos en toda la estructura organizacional de la empresa?
- ¿De qué recursos se dispone? ¿Se pueden comprometer en el desarrollo de la comunidad? ¿Se es capaz de entender perfectamente todas las variables del marketing y la comunicación para conocer su impacto en los clientes?
- ¿Cómo saber cuál es la vida de un cliente?, ¿y su valor de vida? ¿cuándo crear nuevos productos y como?

## METODOLOGÍA

Este Seminario se plantea desde una óptica práctica, mediante la implementación de herramientas básicas, con estudios y análisis profundos de aplicaciones en casos reales de éxito.

Un elegido grupo de ponentes, expertos en la materia, tanto desde el punto de vista académico como ejecutivo, le brindarán la oportunidad única, de analizar una serie de experiencias realizadas por empresas líderes de diferentes sectores.

El uso de la metodología con jornadas presenciales permite aprender sobre el terreno y de manera práctica los principales elementos de la creación de comunidades, gestión, control, herramientas y fuentes de información.

Además, este programa se hará compatible con el manejo de una serie de conceptos novedosos, que permitirá que los participantes puedan adquirir los conocimientos y las habilidades necesarias en las materias presentadas, de tal forma que al finalizarlo, los asistentes hayan adquirido la destrezas que les permitan:

- Comprender los fundamentos básicos, teóricos y prácticos, de la gestión de comunidades.
- Cómo implementar estas técnicas en cualquier empresa, a nivel tecnológico y organizativo, de manera sencilla y basado en casos reales, para generar valor en nuestra organización.
- Qué conocimientos y habilidades debe tener un Community Manager, cómo formarse para serlo y dónde encontrarlos.
- Entender el concepto de rentabilidad aplicado a Comunidades Virtuales y Redes Sociales.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

Este Programa se dirige a aquellos profesionales que quieran ponerse al día en las nuevas funciones y objetivos de un Community Manager, y en especial en la evolución que está sufriendo y las tendencias que se están siguiendo.

Entre otros, va dirigido a los siguientes perfiles de Empresas y Administraciones Públicas: Director de Desarrollo Web; Community Managers; Director de IT: Director de Innovación; Director de Desarrollo de Negocio; Director de Estrategia; Directores de Marketing; Directores Comerciales y de Ventas; Directores de Comunicación; Product Managers; Category Managers; Brand Managers; Key Account Managers.

Así como a Directores Generales que quieran entender a fondo el valor de una comunidad para su negocio y a Directores de RR.HH. que quieran conocer el perfil y las funciones de un Community Manager y saber contratarles en el futuro.

# Programa

### Miércoles, 25 de Noviembre

**8,30 a 9,00 h.**

Acreditación y recogida de la documentación. Conexión a la Wifi Local y presentación del Campus Online

**9,00 a 10,30 h.**

LA DIRECCIÓN ESTRATEGICA Y LA GESTIÓN DE COMUNIDADES: LO QUE EL DIRECTOR GENERAL DEBE SABER

D. Guillermo de Haro, Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

**10,30 a 11,30 h.**

LAS COMUNIDADES VIRTUALES EN EL ENTORNO ACTUAL DE LOS NEGOCIOS

- Análisis práctico de los elementos clave para el diseño y la gestión de los canales de distribución y comunicación
- Alternativas multi-criterios: Multicanal y Multiformato; móvil, televisión, internet, blogs y demás
- Uso de medios sociales para incrementar el contacto con leads y clientes
- Las idea-virus: El marketing viral, campañas efectivas
- Transmisión de información en una comunidad
- La confianza de los usuarios: I TRUST
- Comunicación entre personas

D. Nacho Somalo, Director General de PLANETA eCOMMERCE NETWORK. Profesor Asociado, IE BUSINESS SCHOOL

**11,30 a 12,00 h.**

Café

**12,00 a 13,30 h.**

DEFINICIÓN DE COMUNIDAD VIRTUAL: LA NUEVA RELACIÓN CON EL CLIENTE

- Comunidades
- ¿Qué es una comunidad?
- Componentes y Bases de una Comunidad
- Principales ejemplos y tipos de comunidades: Clasificación
- Redes Sociales vs Comunidades Virtuales
- La nueva relación con el cliente

D. Juan Ignacio Martínez, Director de Desarrollo y fundador de las ieCommunities. Director Comercial y Community Manager Director iRC-Hispano. Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

**13,30 a 14,30 h.**

CÓMO INTEGRAR LAS REDES SOCIALES EN LA ESTRATEGIA DE MARKETING: El caso TELEPIZZA y el lanzamiento de disco de UNIVERSAL

- Engagement marketing: la diferenciación y fidelización
- Cómo integrar las nuevas formas de relación con el consumidor en la estrategia de marketing
- El Crossumer: consumidor que construye el discurso de la marca
- Caso Telepizza: Integración de acciones en diferentes medios
- Caso Vega: Cómo establecer conversaciones en torno al nuevo disco de un artista

D. Alberto Knapp, CEO, The Cocktail y Profesor Asociado, IE BUSINESS SCHOOL

**14,30 a 16,00 h.**

Networking Buffet

**16,00 a 17,30 h.**

CÓMO ENTRAR EN LA WEB SOCIAL Y NO MORIR EN EL INTENTO

- Gestión de la reputación on-line ¿Qué dicen de tu marca en Internet?
- El peligro de una marca que calla
- Social media marketing: ¿Qué, cómo, por qué y para qué? Casos de éxito
- ¿Comunidades de marca o marcas en comunidades?

Dña. Palmira Ríos, Community Manager, GENETISIS

**17,30 a 19,00 h.**

EL DÍA A DÍA DEL COMMUNITY MANAGER: LAS ieCOMMUNITIES

- ¿Cómo se gestiona el día a día desde el punto de vista del Community Manager?
- Valoración de medios más adecuados según objetivos
- El User Generated Content (UGC)
- Sindicación de contenidos
- ¿Qué hacen los usuarios en mi comunidad?
- Tipos de Contenidos
- Temas Legales
- Vanity Management

D. Javier López, ieCommunities Manager y Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

### Jueves, 26 de Noviembre

**9,00 a 10,30 h.**

MÉTRICAS E INDICADORES: HERRAMIENTAS DEL COMMUNITY MANAGER

- Cuenta de resultados y responsabilidad del Community Manager
- Costes controlables y no controlables
- Medidas de rendimiento e indicadores
- Métricas del Community Management

D. Juan Ignacio Martínez, Director de Desarrollo y fundador de las ieCommunities. Director Comercial y Community, Manager Director, iRC-Hispano. Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

**10,30 a 12,00 h.**

SHOW ME THE MONEY: COMO PONER EN VALOR UNA COMUNIDAD Y HACERLA RENTABLE. EL CASO J&B

- Nuevas formas de creación de valor: la nueva relación con el cliente
- El entorno competitivo y la lucha por la cuota. El mito de los dos clicks
- La compra y el servicio en el entorno online
- La Fidelización como herramienta en el Marketing Moderno: Desarrollo del CRM
- Posibilidades publicitarias
- Comunidades Virtuales + CRM
- Publicidad efectiva, tasas de respuesta
- La barrera del SPAM

Dña. Eva Niñerola Caimo, Community Manager, J&B
D. Eduard Corral, Socio fundador y CEO, BLOGUZZ

**12,00 a 12,30 h.**

Café

**12,30 a 14,00 h.**

MODERACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS

- Blogs/Comunidades/Wikis
- Meritocracia en comunidades online
- Gestión de crisis en comunidades online: internas / externas
- Herramientas para seguir y evaluar notoriedad en social media
- Usabilidad: Diseñando webs para la participación
- Gestión de una audiencia global
- Twitter / Blogs / Facebook ¿Para qué y para quién?
- Social Media Optimization (SMO)

D. Antonio Ortiz, Director de Contenidos, WEBLOGS, S.L.

**14,00 a 15,30 h.**

Networking Buffet

**15,30 a 16,30 h.**

LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER: DÓNDE ESTÁN, CÓMO SE FORMAN, CUÁNTO VALEN

- Perfil del Community Manager desde la perspectiva del departamento de Recursos Humanos
- Formación imprescindible, habilidades (soft skills) y conocimientos técnicos (hard skills)
- One-Man-Band, ¿el informático para todo o un puesto estratégico?
- Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager

D. Raúl Suárez, Senior Manager Tecnología y Sistemas de Información, MICHAEL PAGE International España

**16,30 a 17,30 h.**

CREACIÓN Y GESTIÓN DE COMUNIDADES EN EL ÁMBITO DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS

- Integración del cliente en el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos y servicios
- Comunidades de desintermediación bancaria: “Peer to peer lending”
- Gestión de la reputación online por parte de las grandes entidades financieras.
- Tangibilidad de la reputación a la hora de identificar a los verdaderos expertos
- Nuevas tendencias en el sector financiero. El banco del siglo XXI

D. José Antonio Gallego Vázquez, Community Manager, BBVA. Presidente AERCO (Asociación Española de Responsables de Comunidades Online)

**17,30 a 18,30 h.**

LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER EN EL ENTORNO DE LOS VIDEOJUEGOS. EL CASO DE “LOS SIMS”

- Particularidades del Mundo del Videojuego
- Evaluación de un caso de éxito. El caso de “Los Sims”
- Procesos y estrategias en Comunidades de Jugones
- El Marketing Plan en una Comunidad de Videojuegos

D. Juan José González López-Huerta Director de Marketing, ELECTRONIC ARTS IBERIA
D. Daniel Grande, Online & Community Manager, ELECTRONIC ARTS IBERIA

**18,30 h.**

Clausura y Entrega de Diplomas

## Directores del Programa:

### DE HARO, Guillermo

Doctor Europeo en Organización de Empresas, MBA por IE BUSINESS SCHOOL, Ingeniero en Telecomunicación. Profesor Visitante de Economía (URJC), Estrategia (Munich Business School) y IS/IT en IE BUSINESS SCHOOL. Ejecutivo en Workcenter o Technicolor Entertainment Services. Emprendedor de proyectos como Avangroup Business Solutions o Synopsys PA. Escritor con varios libros publicados y articulista en prensa económica y generalista. Profesor IE BUSINESS SCHOOL.

### LÓPEZ, Javier

Máster EXMDSI por IE BUSINESS SCHOOL. ieCommunities Manager y Profesor, IE BUSINESS SCHOOL.

### MARTÍNEZ, Juan Ignacio

Director de Desarrollo y fundador de las ieCommunities. Director Comercial y Community Manager Director del iRC-Hispano. Profesor, IE BUSINESS SCHOOL.