

# Menú

## “Estrategias de Marketing 2.0 a la carta”

**1<sup>er</sup> plato: 17 de noviembre de 2010 (18:30-20:00)**



**¿CUÁL ES LA ESTRATEGIA 2.0. MÁS ACERTADA?**

**¿CÓMO CONTACTO CON MIS CLIENTES / CONSUMIDORES/AS A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES? ¿CÓMO IMPLICO A MI MERCADO EN MI ESTRATEGIA DE MARKETING?**

Os invitamos a “degustar” una jornada interesante en torno a las Estrategias de marketing 2.0 donde podréis conocer dos casos reales sobre cómo implementar con éxito los medios sociales –Social Media– en la estrategia de negocio.

**Caso ORBEA S. Coop.:**

o cómo una empresa puede llegar a la co-creación basándose en la conversación con sus clientes/as o usuarios/as de su producto/servicio.

**Caso IMAR S.A.:**

o cómo una empresa industrial decide reinventarse y hacer uso de herramientas 2.0 como estrategia de marketing.

**2<sup>o</sup> plato: 16 de diciembre de 2010 (18:30-20:00)**



**¿QUÉ PUEDEN APORTARME A MI Y A MI NEGOCIO LOS MEDIOS SOCIALES?**

**¿ES DEMASIADO TARDE PARA APUNTARME AL MARKETING 2.0?**

**¿DÓNDE ENCUENTRO LAS HERRAMIENTAS PARA HACERLO?**

Os ofrecemos una referencia a tu gusto y medida para “combatir la ansiedad de las redes sociales”: encontrarás los ejemplos de profesionales independientes que han optado por utilizar los medios sociales como parte relevante de su estrategia de Marketing con objetivos variados, desde la mejora de la reputación corporativa hasta la adquisición de nuevos/as clientes/as (seguidores/as) de su actividad.

**Aitor del Valle (Experto en Finanzas e Internet)**

o cómo las redes sociales también son válidas en el ámbito financiero.

**Ane Aguirre (Vesper)**

o cómo profesionales que “acompañan a las empresas en sus procesos de transformación”, aprovechan el mundo on-line como estrategia.

**Igor San Román (Social Media Expert)**

o cómo optimizar tu profesión a través de la presencia en las redes sociales.

**Postre: 27 de enero de 2011 (18:30-20:00)**



**¿QUIÉN NO SE HA ENCONTRADO ALGUNAVEZ CON UN CLIENTE INSATISFECHO?**

**¿O DEMASIADO VEHEMENTE? ¿SON ESTAS NUEVAS “COMUNIDADES DE USUARIOS/AS ONLINE” UNA AMENAZA O SON PRECISAMENTE UNA OPORTUNIDAD PARA MI NEGOCIO?**

Como punto final, para aquellos que aún no hayan satisfecho plenamente su curiosidad y “hambre de conocimiento”, les invitamos a participar de esta última conversación en la que nos acercaremos a las comunidades de usuarios/as online o “Social networks” desde la experiencia de dos organizaciones que hacen uso del Social Networking como estrategia de marketing 2.0.

**Caso IKEA:**

o cómo el poder del usuario o la escucha activa es una estrategia de Marketing.

**Caso IPAR KUTXA:**

o cómo pasar de empresa pasiva a empresa activa en internet: ver, escuchar, responder.