

**INFORMACIÓN GENERAL**

**FECHAS Y LUGAR DE REALIZACIÓN.** El Seminario se impartirá los días 12 y 13 de Mayo de 2009 según el horario que figura en el contenido del programa, y tendrá lugar en las instalaciones que IE Business School tiene en la calle Castellón de la Plana, 8, 28006 Madrid.

**DOCUMENTACIÓN.** Todos los asistentes al Seminario recibirán el material didáctico que se utilice a lo largo del mismo y que servirá de consulta y apoyo a las explicaciones de los profesores.

**DERECHOS DE INSCRIPCIÓN.** El precio total del Seminario será de 1.850 euros, incluyendo en el mismo tanto las sesiones y su correspondiente documentación, los cafés y almuerzos de los días que dura el programa. Los Antiguos Alumnos de programas Master de IE Business School tendrán un 10% de descuento y los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos de IE Business School un 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 curso, 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 Seminario.

**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.

**IE BUSINESS SCHOOL**  
Castellón de la Plana, 8 - 28006 Madrid  
Tel: 902 30 21 30  
Fax: 91 561 77 68  
e-mail: [Begona.deMiguel@ie.edu](mailto:Begona.deMiguel@ie.edu)  
[http://www.execed.ie.edu/programas\\_abiertos](http://www.execed.ie.edu/programas_abiertos)

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

Madrid. 12 y 13 de Mayo de 2009



Madrid  
12 y 13 de Mayo de 2009

**ie** business school  
Executive Education  
Castellón de la Plana, 8. 28006 Madrid. España. UE  
Tel.: (34) 902 30 21 30 - (34) 91 745 47 60  
Fax: (34) 91 745 47 62  
[www.execed.ie.edu](http://www.execed.ie.edu)



**IE Business School, escuela de negocios fundada en 1973, tiene como objetivo formar los mejores líderes en los campos de la creación, la dirección y el asesoramiento de empresas, líderes que contribuyan a la creación de valor colectivo desde iniciativas empresariales competitivas, responsables y comprometidas con el entorno.**

## 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.

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.



## OBJETIVOS

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.

Este curso está diseñado con el fin de clarificar los conceptos relacionados con las funciones que ha de afrontar el Community Manager, las herramientas con las que tiene que trabajar y las funciones que debe asumir para una adecuada Creación y Gestión de una Comunidad Virtual.

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

- Qué es lo que se pretende con la creación de una Comunidad Virtual en el momento presente y de cara al futuro. Objetivos estratégicos y financieros.
- De qué recursos se dispone para invertir en el desarrollo de la comunidad.
- Cuáles son las plataformas tecnológicas disponibles.
- Cuáles son las variables del marketing mix y de comunicación, -y su impacto en los clientes- que el Community Manager debe conocer a la perfección.
- Cómo garantizar un canal de comunicación permanente entre las empresas y sus clientes o prospects.
- El valor del contenido de las comunidades.
- Las Comunidades Virtuales como medios de comunicación de masas.
- ¿Cómo se gestiona la innovación desde el punto de vista del Community Manager?
- Cómo poner en valor una comunidad y hacerla rentable: Gestión adecuada de la relación entre los ingresos generados y el valor creado por la Comunidad, frente a los costes de la misma.

## Programa

### Martes, 12 de Mayo de 2009

8,30 a 9,00 h.  
Acreditación y recogida de la documentación  
Moderadores del Seminario:

**D. Guillermo de Haro**, Profesor, IE BUSINESS SCHOOL  
**D. Javier López**, IE Communities Manager y Profesor, IE BUSINESS SCHOOL  
**D. Juan Ignacio Martínez**, Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

9,00 a 10,00 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 Multi-formato; 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. Manuel A. Alonso Coto**, Marketing Manager, Executive Education, IE, Co-Director Académico del Master in Digital Advertising & Communication, IE BUSINESS SCHOOL

10,00 a 11,30 h.  
**DEFINICIÓN DE COMUNIDAD VIRTUAL: LA NUEVA RELACIÓN CON EL CLIENTE**

- Comunidades ¿Qué es una comunidad?
- El poder de las comunidades virtuales
- Componentes y Bases de una Comunidad: Mashups, Wikis, Blogs, etc
- Principales ejemplos y tipos de comunidades: Clasificación

**D. Juan Ignacio Martínez**, Profesor, IE BUSINESS SCHOOL  
11,30 a 12,00 h. Café

12,00 a 13,00 h.  
**REDES SOCIALES Y COMUNIDADES, NUEVOS ENTORNOS DE CONFIANZA Y RELACIÓN**

- Gestión y creación de Comunidades y Redes Virtuales
- Comunidad más allá de la red social
  - Del virtual networking al real networking
  - Reputación en la comunidad: ¿Basta con la netiqueta?
  - Los seis grados de separación
  - Segmentación en Internet

**D. Ícaro Moyano**, Director de Comunicación, TUENTI  
**D. Vicente Varó**, Community Manager, Unience.com

13,00 a 14,00 h.  
**DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y COMUNIDADES VIRTUALES: LO QUE EL DIRECTOR GENERAL DEBE SABER**

**D. Guillermo de Haro**, Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

14,00 a 16,00 h. Almuerzo

16,00 a 17,30 h.  
**EL VALOR DEL CONTENIDO: EL USER GENERATED CONTENT**

- El User Generated Content (UGC)
- El vídeo en Internet
- ¿Qué hacen los usuarios en mi comunidad?
- Sindicación de contenidos
- La guerra de las estadísticas
- Vanity Management

- Temas Legales
- Comunidades Virtuales como medios de comunicación de masas
- Medios tradicionales y comunidad virtual
- ¿Cómo se gestiona la innovación desde el punto de vista del Community Manager?

**D. Javier López**, IE Communities Manager y Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

17,30 a 19,00 h.  
**EL COMMUNITY MANAGER Y LA AGENCIA DIGITAL, CLAVES DEL ÉXITO DE UNA COMUNIDAD DE MARCA. EL CASO HAPPING, LA NUEVA COMUNIDAD DE COCA-COLA**

- Diferencias entre comunidad de marca y “de causa”
- El papel asesor y “evangelizador” de la agencia
- El proyecto Happing: ¿Qué, cómo, por qué y para qué?
- ¿Qué retos plantea una comunidad como Happing a una marca como Coca-Cola?
- Planteamiento del proyecto:
  - Solución tecnológica: elección de herramientas y lenguajes (Crear vs Comprar – Software libre vs Propietario)
  - Selección de proveedores
  - Gestión del equipo

- Dirección de proyecto: los retos de un proyecto nuevo
  - Adaptación de la empresa: agencia y cliente
- Dña. Palmira Ríos**, Community Manager, GENETSIS  
**D. Daniel Peña**, Product Director, GENETSIS

### Miércoles, 13 de Mayo de 2009

9,00 a 10,00 h.  
**MEDIDAS Y GESTIÓN COMO HERRAMIENTAS DEL COMMUNITY MANAGER**

- Métricas de una comunidad: Usuarios activos, visitas: la guerra de las estadísticas.
- Costes controlables y no controlables
- ¿Cual es el ROI de mi comunidad?
- Medidas de rendimiento e indicadores

**D. Juan Ignacio Martínez**, Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

10,00 a 11,30 h.  
**SHOW ME THE MONEY: COMO PONER EN VALOR UNA COMUNIDAD Y ACERLA RENTABLE. EL CASO J&B**

- Nueva relación con el cliente y la gestión de la reputación de la marca
- Funciones del CM. La estrategia en los social media de J&B
- La evolución de líder de opinión
- El ROI en el IOR (Impact of Relationships)
- Otros casos de éxito en ocio, alimentación, automoción, farmacia...

**Dña. Eva Camio**, Community Manager, J&B

**D. Eduard Corral**, Socio fundador y CEO, BLOGUZZ

11,00 a 11,30 h. Café

11,30 a 13,00 h.  
**CÓMO OPTIMIZAR EL CONTENIDO GENERADO POR COMUNIDADES. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION (SMO)**

- Contenido generado por Comunidades
- Sistemas de recomendación social de contenido: estado del arte
- Social Media Optimization (SMO) de tu Comunidad: Herramientas

- Las principales reglas de la SMO. Gestión de una audiencia global (propia y externa)
- Coopetition: Cooperación entre competidores Las redes sociales y el SMO
- Estudio de casos de SMO

**D. Jesús Pérez**, Socio y fundador, Finacialred.com, Segurosred.com. Organizador del BarCampBank Madrid y experto en Finanzas 2.0

13,00 a 14,00 h.  
**LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER: DÓNDE ESTAN, 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

14,00 a 15,30 h. Almuerzo

15,30 a 16,30 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 S. XXI

**D. José Antonio Gallego Vázquez**, Community Manager, BBVA

16,30 a 17,30 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

17,30 a 19,00 h.  
**CARA A CARA ENTRE LOS ALUMNOS Y ALGUNOS DE LOS PROFESORES DEL CURSO, PROFESIONALES DE PRIMER NIVEL DEL COMMUNITY MANAGEMENT**

Moderador:

**D. Guillermo de Haro**, Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

Ponentes:

**D. José Antonio Gallego Vázquez**, Community Manager, BBVA  
**D. Jesús Pérez**, Socio y fundador, Finacialred.com, Segurosred.com  
**D. Juan José González López-Huerta**, Director de Marketing, ELECTRONIC ARTS IBERIA  
**D. Juan Ignacio Martínez**, Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

19,00 h. Clausura y Entrega de Diplomas

www.execed.ie.edu



## Directores Académicos del Programa

**DE HARO, Guillermo**  
Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

**LÓPEZ, Javier**  
IE Communities Manager y Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

**MARTÍNEZ, Juan Ignacio**  
Profesor, IE BUSINESS SCHOOL

## Ponentes

**ALONSO COTO, Manuel A.**  
IE BUSINESS SCHOOL

**CAMIO, Eva**  
J&B

**CORRAL, Eduard**  
BLOGUZZ

**DE HARO, Guillermo**  
IE BUSINESS SCHOOL

**GALLEGO VÁZQUEZ, José Antonio**  
BBVA

**GONZÁLEZ LÓPEZ-HUERTA, Juan José**  
ELECTRONIC ARTS IBERIA

**LÓPEZ, Javier**  
IE BUSINESS SCHOOL

**MARTÍNEZ, Juan Ignacio**  
IE BUSINESS SCHOOL

**MOYANO, Ícaro**  
TUENTI

**PEÑA, Daniel**  
GENETSIS

**PÉREZ, Jesús**  
Finacialred.com, Segurosred.com

**RÍOS, Palmira**  
GENETSIS

**SUÁREZ, Raúl**  
MICHAEL PAGE International España

**VARÓ, Vicente**  
Unience.com