
Formarse y reciclarse, tips sobre el CMDayJaen 2019 (Opinión)

30, enero



¡Hola! **Formarse y reciclarse es algo que toda persona debe hacer a lo largo de su vida, ya se en el ámbito profesional y/o personal**, eso es al menos lo que pensamos en Bodegas La Aurora y si a esto, unimos un evento al que asiste uno de los mejores expertos a nivel nacional e internacional sobre tecnología e innovación que ha colaborado en nuestro blog como [Enrique Dans](#), no hay excusa posible para desplazarse a Jaén, sacar conclusiones de este pequeño gran evento y ya de paso, entregarle un pequeño obsequio para agradecerle su colaboración en nuestro humilde blog que puedes leer haciendo clic [aquí](#).

Esperamos de corazón, volver a contar con él, muy pronto.

¿Qué es el CMDayJaen?

Por si no aún no sabes inglés (algo que está muy de moda introducir en el mundo del marketing), **CMDay es el acrónimo de Community Manager Day (día del representante de la comunidad social de la empresa), que se celebra el 23 de enero de cada año.**

Lo curioso de este evento, es que da igual en qué día caiga, ya que siempre se celebrará el 23 de enero, este año, ha caído en miércoles.

Una crónica muy interesante del mismo, puedes encontrarla haciendo clic [aquí](#), y otra de una de sus ponentes, [aquí](#).

Nosotros queremos darte los tips (consejos), más importantes en nuestra humilde opinión sobre cada ponente y del evento en general.

Comencemos pues, con la primera ponente.

¿Dónde quedó el engagement? Por Cris Alcazar.

Engagement se podría traducir como compromiso hacia la marca por parte del cliente, ya sea a través de recomendaciones, comentarios, me gustas, retweets, etc.

Cris Alcazar es fundadora de [BeeSocial](#), una empresa murciana dedicada al Marketing en todo su conjunto, desde la creación y desarrollo web hasta el mantenimiento de redes sociales.

De esta primera ponente recogimos dos tips que creemos importantes:

1. Las Marcas siguen hablando solas.

2. Las Marcas deben tener valores.

Totalmente de acuerdo en los dos, algunas marcas siguen pensando que la información debe transmitirse de forma unidireccional y así lo hacen, sin pensar que ya estamos en un mundo bidireccional, la empresa habla, pero el cliente también, y por supuesto, las empresas deben tener valores.

Valores como la honestidad, el respeto, la humildad o la gratitud, son fundamentales para que una empresa tenga un largo recorrido.

La Marca Personal como competencia del profesional del siglo XXI por Eva Collado

[Eva Collado](#) es Consultora Estratégica de Capital Humano, Conferenciante, Formadora y Escritora (ya va por su segundo libro).

Esta ponencia se enfocaba en la importancia de la Marca Personal en la búsqueda de empleo. **La Marca Personal sería algo así como tu huella de identidad en internet**, algo que cada vez más empresas tienen en cuenta antes de contratar a un trabajador, esto es, investigan qué es lo que aparece de esta persona en internet, ¿es bueno? Sumas puntos, ¿es malo? Restas puntos, ¿no existes? Dependiendo del perfil buscado por el reclutador, quizás también reste puntos.

De esta segunda ponente recogimos otros dos tips bastante interesantes:

1. Tu marca personal debe ser sólida, humana, creíble y auténtica.

2. Practica el Ego Surfing en Google. Esto se traduce en buscarte a ti mismo en Google por tu nombre o el nombre de tu empresa para ver en qué posición apareces (la segunda página de Google es el mejor lugar para esconder un cadáver).

Cada día es más importante tener un blog personal y/o corporativo para exponer lo que tú o tu empresa hace, y para saber si lo estás haciendo bien, practica el Ego Surfing, da de alta tu página web en [Google Analytics](#) y [Search Console](#).

Hacemos un pequeño stop, tomamos un café y seguimos con una mesa redonda o rectangular, da igual, lo importante es el contenido.

Casos de éxito locales

Aunque Jaén es la capital de provincia más pequeña en cuanto a número de habitantes de Andalucía, **existen curiosos éxitos locales de los cuáles destacamos algo muy importante** en cuanto a lo que se dice siempre sobre el Marketing, no fueron trabajos con una elaborada estrategia detrás, de hecho, **NO HABÍA ESTRATEGIA, LOS ÉXITOS FUERON ESPONTÁNEOS.**

De los cinco participantes de la mesa señalamos 3:

[Desatranques Jaén](#), una empresa local que se dedica a esta labor tan importante que consigue a través de un vídeo realizado para felicitar las navidades a sus clientes un éxito inesperado debido a la curiosa letra de su canción. Aquí tienes el vídeo.

Leticia López, periodista de profesión, decide realizar un vídeo-parodia basado en el que lanzo Òmniùm Cultural, Help Catalonia. Save Europe. Enfocado en la falta de eventos culturales y de ocio en Jaén, se vuelve viral y consigue hacerse visible a nivel nacional e internacional. Aquí tienes el vídeo.

Juan Montoro, conocido como "El Crea", fotógrafo, diseñador e ilustrador, se hace famoso por sus frases graciosas en redes sociales que llegan a salir escritas en camisetas de actores de televisión como Santi Rodríguez.

Es posible que una empresa seria y tradicional, piense que esto de los vídeos graciosos no encaja en la imagen que quiere dar a sus clientes, y puede llevar toda la razón.

Reconocemos el mérito de que la Policía Local de Jaén tenga en cuenta el uso de las redes sociales como canal de atención y la experiencia de la empresa jiennense Sicnova en el mundo 3D, que fueron los otros dos componentes de la mesa redonda-rectangular.

Cómo hablar con los haters construyendo marca por Begoña Morilla

Hater traducido al español significa odio, en el marketing, **los haters son esas personas que, en redes sociales, intentan hacer daño a tu marca de forma premeditada, en los blogs se les conoce como trolls.**

Begoña Morilla es la Responsable de Comunicación de la empresa de cervezas Cruzcampo.

De esta tercera ponente nos quedamos con estos 2 tips:

- 1. Mucha calma por parte de la empresa a la hora de responder a un hater.**
- 2. Siempre va a ver gente que le guste tu marca y gente que no le guste. No intentes gustarle a todo el mundo.**

Totalmente de acuerdo con estos dos consejos que intentamos aplicar siempre. Cuanto más famoso seas, más admiradores y detractores tendrás, nunca debes darle mayor importancia a los haters ya que su objetivo es hacer que entres en su terreno. Lo mejor en estos casos es la calma y responder de forma original o en muchos casos, dejarlos hablar solos. Esto va unido a lo siguiente, no intentes gustarle a todo el mundo porque es imposible, cada persona es un mundo, esto es literal, a uno le gusta el verde, a otro el rojo... Haz todo lo posible por ser tú y gústale a tu gente.

¿La internet de la mentira? Corrigiendo errores del pasado

La última ponencia corrió a cargo de Enrique Dans, Doctor in Management, Asesor de Startups, Profesor de Innovación en IE Business School y colaborador habitual en prensa nacional e internacional.

En Bodegas La Aurora tuvimos la gran suerte de contar con la colaboración de este gran profesional en nuestro blog, puedes leer el artículo haciendo clic [aquí](#).

De Enrique nos quedamos con estos 2 tips:

1. Si no pagas por el producto, el producto eres tú.

2. La privacidad del usuario como bandera en la nueva era digital. Ejemplo a seguir Apple.

Enrique venía con las pilas puestas para intentar hacernos comprender que “El todo vale” para conseguir unas buenas métricas que presentar a la dirección de la empresa, no es justo ni sostenible para ninguna de las dos partes.

Cada vez más usuarios instalan en su navegador, bloqueadores de publicidad debido a las terribles agresiones que hacen algunas empresas a través de sus campañas publicitarias por conseguir un clic.

Que visites una página y que ese anuncio, por ejemplo, de zapatillas, te persiga de forma incesante cada vez que abres el navegador es cuanto menos acosador, esto es lo que se conoce en publicidad como “retargeting”.

Cuando se instala un bloqueador de publicidad, “pierden justos por pecadores”, pagan todas las empresas, las que lo hacen rematadamente mal, y se lo merecen, y las que lo hacen “bien”, y podrían gustar o ser interesantes para el usuario.

Las Fake News (noticias falsas), están a la orden del día en internet y redes sociales, internet es una herramienta, la puedes utilizar para hacer el bien o para hacer el mal, tú eliges.

Una ponencia muy reflexiva sobre el respeto a la privacidad de cara al usuario, a las personas, a nuestros clientes, y un Enrique Dans, muy parecido a Steve Jobs (no somos los únicos que notamos esa apreciación).

Sobre la organización del evento

En Bodegas La Aurora tenemos las cosas muy claras, el mundo on-line no ha venido a sustituir al mundo of-line.

Al final de cada intervención nos hubiera gustado realizar preguntas en directo a cada ponente, la organización obligo a realizarlas vía Twitter, algunas fueron respondidas y otras no, en nuestra opinión, algo a tener muy en cuenta para el año que viene.

La compra de entradas solamente se podía realizar de forma on-line, también en desacuerdo, pensamos que las cosas deben ser fáciles para todo el mundo, ¿porqué obligar a una persona a hacer algo que no quiere o no está acostumbrada a hacer? En cambio, sí que aceptaban las entradas imprimidas en papel, algo bastante curioso y en contra de lo anterior.

Un último detalle a destacar y no somos los únicos que lo pensamos, nos referimos a la puntualidad en las ponencias, de hecho, en el programa no existía un horario, esto vendría muy bien para reservar unos minutos a nuestra primera propuesta.

Por lo demás, encantados de visitar Jaén, su gente amable y su gastronomía, muy recomendable. Llegamos a Montilla con más información sobre Marketing y Redes Sociales. ¡Muchas gracias a los organizadores del CMDayJaen y un saludo!

Si te ha gustado este artículo y quieres recibir los próximos en tu dirección de correo. Suscríbete.

Por **Rafael Espejo**.

Comentarios