



LAS NUEVAS PROFESIONES 2.0 EL COMMUNITY MANAGER



Vicente Montiel Molina
@MontielVicente

vmontiel@tabarcaconsulting.com

<http://vicentemontiel.com/>

Sesión	Contenidos	
Sesión 01 6 de Marzo	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción. El individuo 2.0. • Las bases de una estrategia de comunicación digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de un sistema de comunicación 2.0
Sesión 02 13 de Marzo	<ul style="list-style-type: none"> • Estar... y estar bien en las principales redes sociales. <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Twitter • LinkedIn 	<ul style="list-style-type: none"> • Taller práctico.
Sesión 03 20 de Marzo	<ul style="list-style-type: none"> • La gestión de comunidades online <ul style="list-style-type: none"> • El trato con los trolls • Popularidad vs Reputación • Crisis de reputación 	<ul style="list-style-type: none"> • La reputación online y el índice Klout
Sesión 04 27 de Marzo	<ul style="list-style-type: none"> • La gestión de contenidos. <ul style="list-style-type: none"> • El Content Curator. • Consejos para la creación de contenidos • Herramientas de curación de contenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La medición de resultados. El ROI. <ul style="list-style-type: none"> • Variables medibles en cada red social



Trabajos



- Elegir un sector/actividad de interés y crear una Página
- Promocionar la página y lograr al menos 75 seguidores en 1 semana



- Crear un Hashtag asociado al sector/actividad elegido en FB
- Crear una lista pública con las cuentas de todos los compañeros del curso.
- Lograr al menos 100 seguidores en 1 semana.



Linked in®

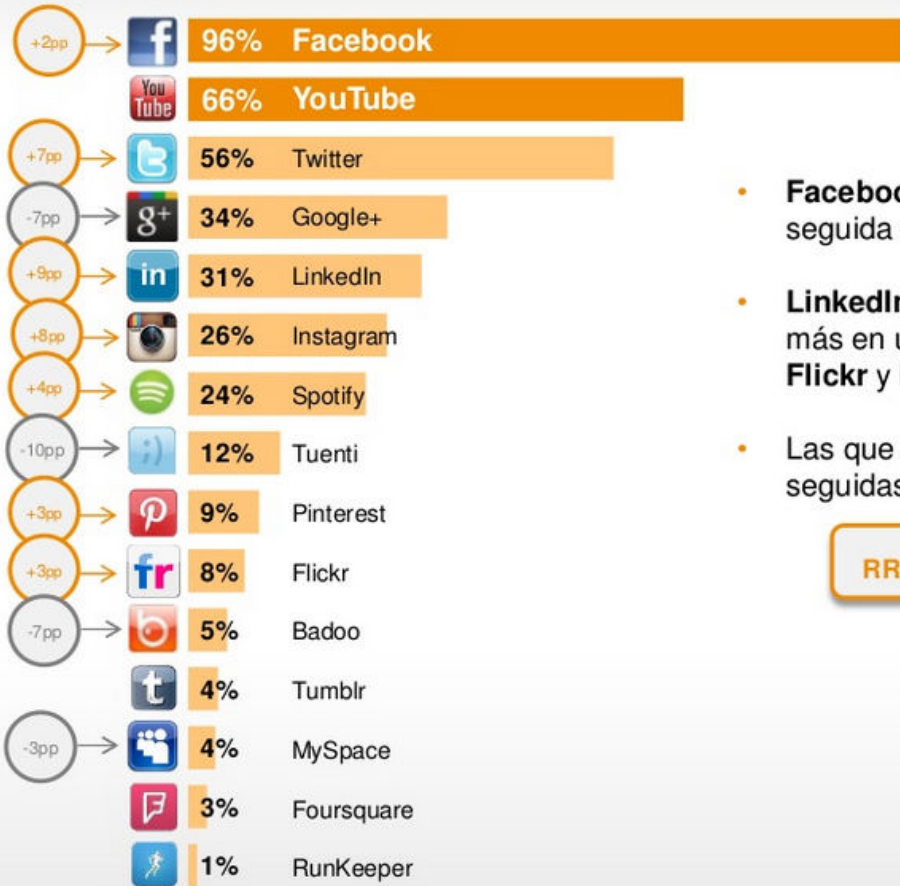


Datos y dimensión

- 2002: Inicio de su Creación
- 2003: Nace On line.
- 2010: **50M**
- 2011 (Enero): **101M** - 2M en España
- 2012 (Febrero): **150M** - 3M en España
- 2013 (Abril): 4M en España
- 2013 (Septiembre): **238 M**
- 2014 (Febrero): 5M en España (según segmentación de LinkedIn Ads)
- 2014 (Julio): **300 M**
- Actualmente: **332M** (fuente: statista.com)



Conocimiento y penetración de las RRSS Redes utilizadas/visitadas. Evolutivo.



- **Facebook** sigue siendo la red social por excelencia, seguida de **YouTube** y **Twitter**
- **LinkedIn**, **Instagram** y **Twitter** son las que suben más en usuarios, seguidas de **Spotify**, **Pinterest**, **Flickr** y **Facebook**
- Las que más bajan son **Tuenti**, **Badoo** y **Google+**, seguidas de **MySpace**

RRSS utilizadas 2014 (promedio) = 3



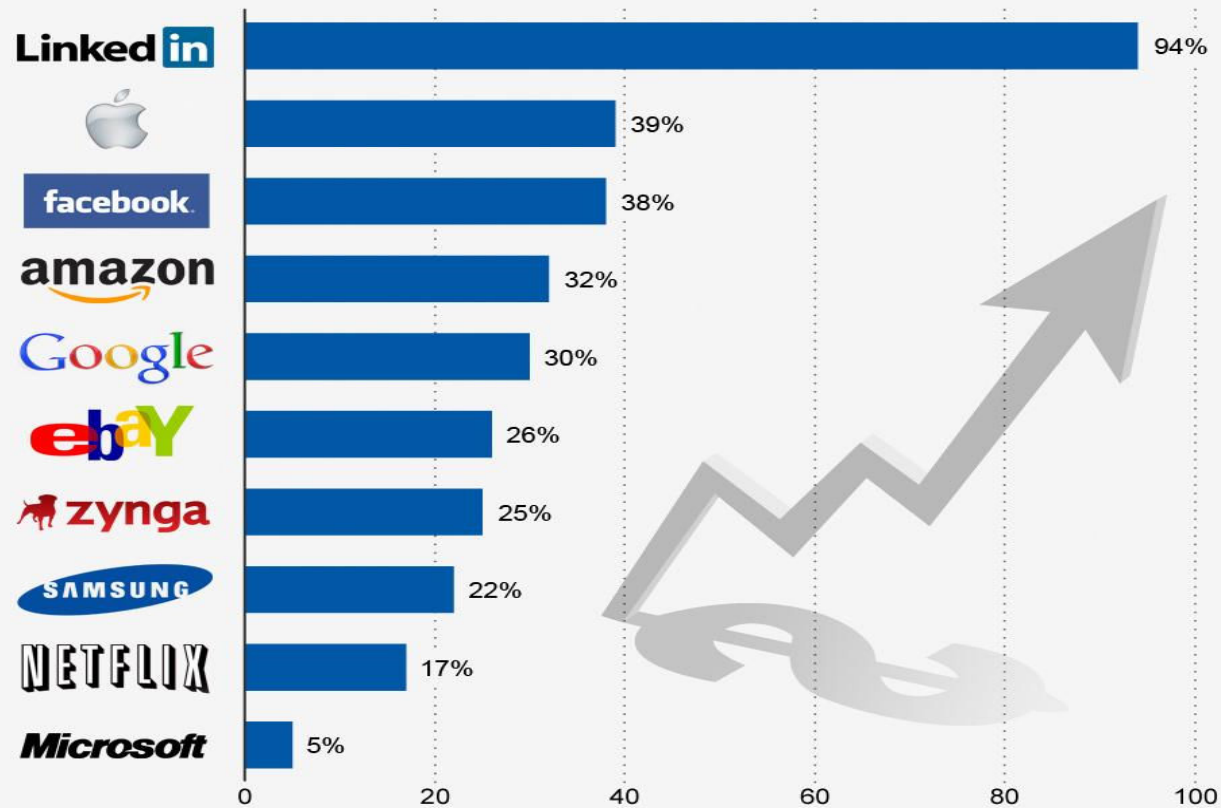
VI Estudio Redes Sociales IAB Spain 2015

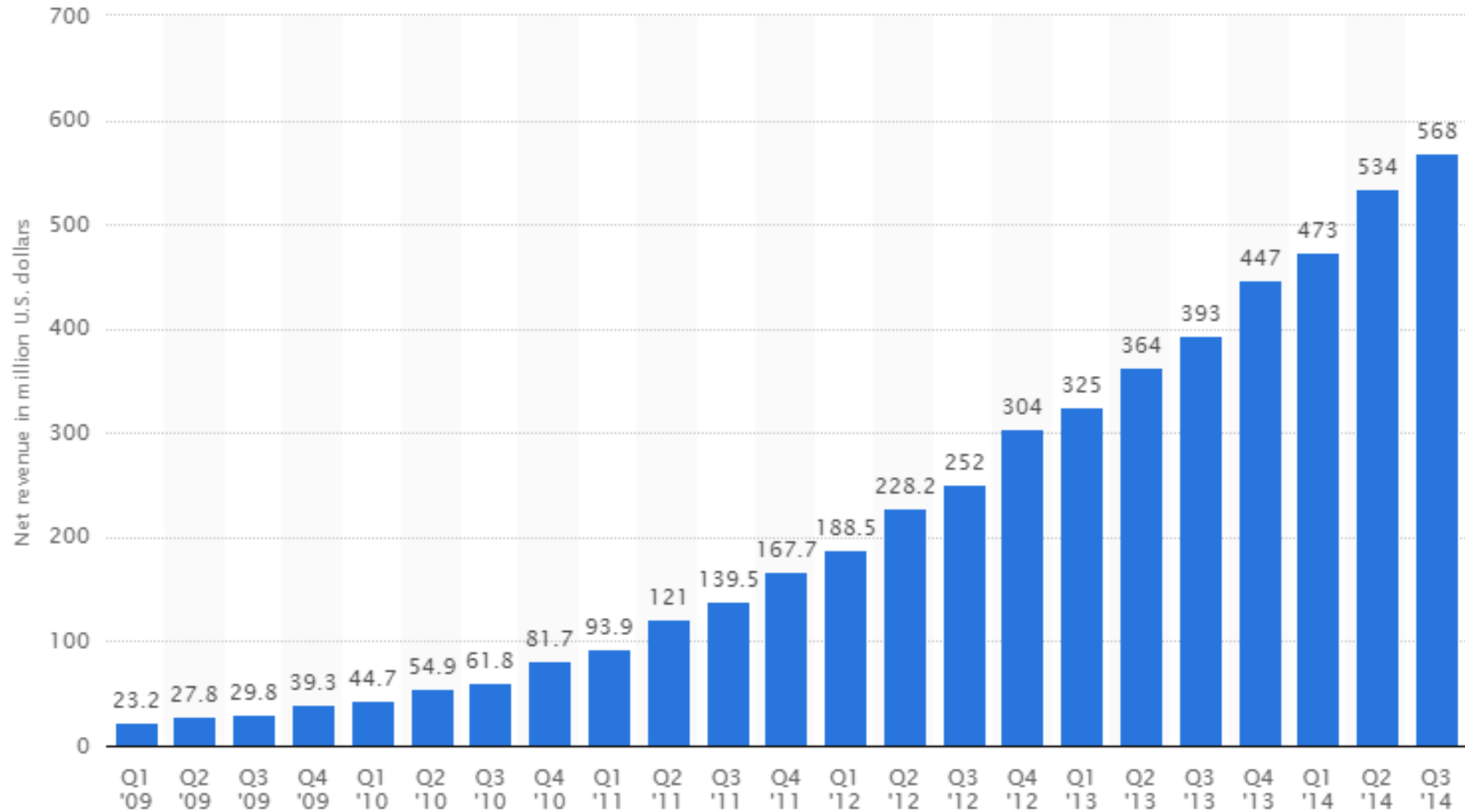
<http://www.slideshare.net/elogia/estudio-redes-sociales-iab-spain-2015>



LinkedIn Outgrows Tech Giants

Year-over-year revenue growth of selected tech companies in the first six months of 2012







¿Para qué sirve?

- **Para buscar expertos, oportunidades:**
 - Empresas.
 - Profesionales.
 - Empleo (bidireccional).
 - Recomendar / recomendado.
- **Compartir conocimiento:**
 - Perteneciendo a grupos de interés.
 - Publicando contenido.
 - Preguntando/respondiendo cuestiones.
- **Networking.**
 - Colegas de trabajo.
 - Compañeros de clase.
 - Amigos.
 - Agenda de contactos completa.



Panel de Inicio





LinkedIn nos muestra el alcance o visualización de cada publicación, en el lateral derecho de la página de inicio.

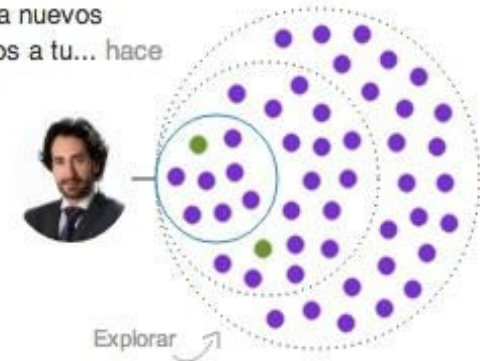
De este modo podemos ver qué publicaciones son más virales, y el grado de viralidad, ya que nos muestra las visualizaciones en cada uno de los 3 niveles de nuestra red de usuarios.

En el ejemplo vemos que la publicación ha sido bastante viral, sobre todo en el 2º y 3er nivel. Tener una red grande implica tener una visibilidad mayor de nuestras publicaciones.

QUIÉN HA VISTO TU ACTUALIZACIÓN < 24/57 >

231 5
● visualización(●)recomendación(es)

“ 20 formas de atraer a nuevos usuarios a tu... hace 5 días



Comparte algo nuevo ▶

TU RED EN LINKEDIN

1.025 contactos te unen a más de 9.008.844 profesionales

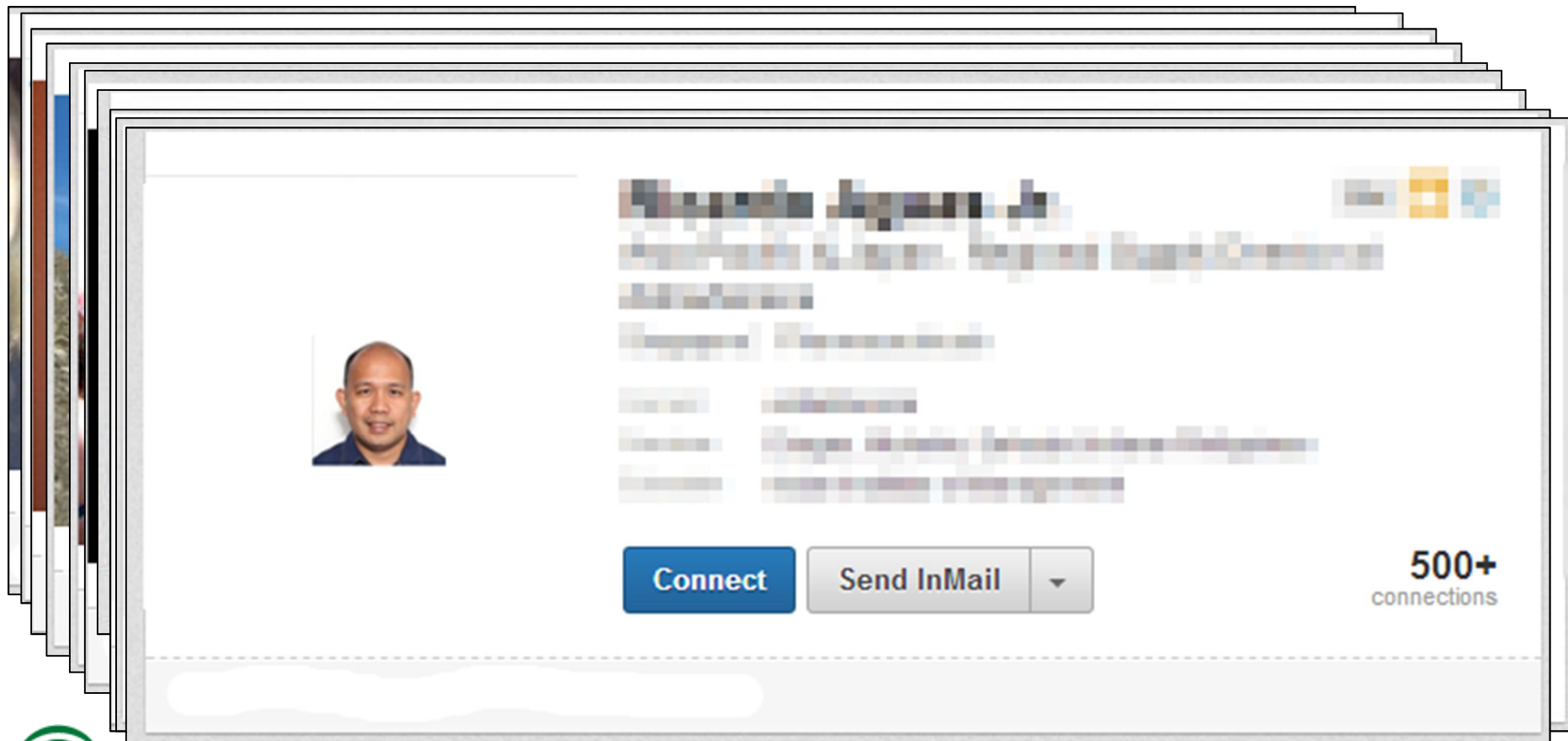
39.216 incorporaciones en tu red desde el 7 de diciembre



Perfil personal

Es nuestra carta de presentación. Está expuesta 365 días x 24 horas al día

- Foto acorde al perfil profesional que se desea comunicar.





Perfil personal

Es nuestra carta de presentación. Está expuesta 365 días x 24 horas al día

- Foto acorde al perfil profesional que se desea comunicar.
- Texto descriptivo del perfil profesional (aparece bajo nuestro nombre).
- Desempeño actual.
- Experiencia.
- Educación.
- Recomendaciones.
- Sites
- Personaliza la url de tu perfil https://ayuda.linkedin.com/app/answers/detail/a_id/594/~personalizar-la-url-de-tu-perfil-p%C3%BAblico
- Es conveniente tenerlo en varios idiomas, tantos como sea necesario
- Incluye enlaces que demuestren lo que afirmas (blogs, redes sociales, slides, videos, fotos...)





- **Consejos para seleccionarlos:**
 - Consultar sus objetivos y descripción.
 - Perfil de administrador.
 - Ver comentarios y debates previos.
 - Consultar las estadísticas para ver el perfil de usuarios y actividad.
- **Consejos al participar:**
 - Hacer comentarios útiles a la comunidad, que generen clicks en nuestro perfil para que nos conozca la comunidad. No publicar comentarios vanales (*interesante, comparto la opinión, buen comentario...*)
 - Publicar promociones de productos/servicios cuando proceda (que correspondan al objetivo del grupo, como un seminario de la temática, evento...)
 - Consultar empleos compartidos desde Empleos.
 - Compartir noticias de interés para la comunidad mediante el marcador social de LinkedIn que encontramos en blogs y webs, o directamente publicando el link.



<https://www.linkedin.com/wvmx/profile/rankings>



<https://www.linkedin.com/wvmx/profile/rankings>



Estás en el **primer 9%** de la clasificación de visualizaciones de perfil para tus contactos.

N.º70 de 807 | ▲ 12% en los últimos 30 días

Tus contactos
807 miembros

UNED
2.188 miembros

University of Granada
3.613 miembros

Profesionales como tú

1. Haz que te vean (privacidad)
2. URL Amigable (corta y sencilla)
3. Aptitudes y conocimientos (validaciones)
4. Secciones extra
5. Completa todos los campos
6. Enlaces del perfil
7. Amplia tu red
8. Grupos



pulse





- A principios de 2013 teníamos una aplicación agregador de noticias llamada **Pulse** que se convirtió en poco tiempo en uno de los lectores de noticias más populares de Android. Ofrecía un buen diseño y funcionaba bien.
- **LinkedIn adquirió por 68 M€ la aplicación para readaptar su negocio hacia el consumo de información.** Se lanzó **LinkedIn Pulse**, una actualización de aquella bajo el liderazgo de LinkedIn.
- Puntos destacados:
 - La app cuenta con un diseño muy cuidado, donde podemos movernos entre las diversas historias a través de recuadros de imágenes.
 - Se ha habilitado la opción de sincronizar tu cuenta de LinkedIn con esta aplicación e importar tu feed allí.
- Usando Pulse las noticias que compartimos en nuestro perfil de LinkedIn se releen con más asiduidad, y desde una aplicación que incita mucho más a la lectura que el entorno propio de LinkedIn.



Linked in
FOR JOB SEARCH





- 3 modos de búsqueda de empleo:
 1. En Grupos específicos de empleo, que sólo admiten debates de empleo.
 2. En la pestaña Empleos de los demás Grupos.
 3. En la pestaña Empleos de LinkedIn
- Se puede guardar una búsqueda de empleo, apareciendo en tu nombre los empleos que coinciden con dicha búsqueda.

¿Qué podemos hacer?

- Se pueden guardar las ofertas de empleo en las que estemos interesados, así como consultar las que hemos archivado/guardado.
- Compartir una oferta en redes sociales o un Grupo de LinkedIn.
- Solicitar más información por correo al autor de la oferta.
- Solicitar a un contacto que te recomiende.



Recipe

if this then that

Trigger

Action



Recordatorio cuando salgan nuevas ofertas de trabajo de empresas que se siguen en LinkedIn



Add a reminder when new job openings are posted at companies you follow on LinkedIn
by iftttylrselby

Add
79




Recibir semanalmente las ofertas de trabajo publicadas por las empresas que se siguen en LinkedIn



Weekly digest with job openings posted by companies you follow on LinkedIn
by rodolfoviana

Add
250


Añadir nuevas sugerencias de trabajo en una hoja de cálculo en Google Drive



Add new job suggestions to a spreadsheet in Google Drive
by kev

Add
2k

Recibe un correo electrónico cuando un contacto de LinkedIn cambia de trabajo



Get an email when a LinkedIn connection changes jobs.
by jrefford

Add
398



Linked in
Advertising



Linked in ads



LinkedIn Director de campaña

Angel Osuna Luque (personal) | Página de inicio de LinkedIn | Contactar con LinkedIn | Ayuda

Pon nombre a esta campaña

Consejo 1 | Consejo 2 | Consejo 3 | Consejo 4

LinkedIn Director de campaña

Angel Osuna Luque (personal) | Página de inicio de LinkedIn | Contactar con LinkedIn | Ayuda

¿Quién es el público de esta campaña?

Ubicación: España

Empresas: Todos, Por nombre, Por categoría (sector, tamaño de empresa)

Función laboral y antigüedad: Todos, Por categoría (función laboral, antigüedad)

Control de calidad

Público: 24.598 miembros de LinkedIn

Ubicación: España

Función laboral: Control de calidad

Función: Consultoría, Contabilidad, Control de calidad, Desarrollo empresarial, Educación, Finanzas, Gestión de...

Antigüedad

Volver

Cancelar

Siguiente

Volver

Centro de ayuda | Acerca de | Blog

Móvil | Desarrolladores | Actualiza tu cuenta

<https://www.linkedin.com/ads/>





Linked in





1. **Cuida la imagen.** Vamos a estar expuestos las 24 horas del día los 365 días del año, como si de un escaparate se tratase.
2. **Gestiona adecuadamente tus contactos.** No hagas contactos por el mero hecho de hacerlos. Define tu objetivo.
3. **Únete a grupos profesionales y participa en ellos.** Participar en grupos puede servir de escaparate para que nos vean aquellas personas que están buscando talentos.
4. **Transmite posicionamiento y diferenciación.** Aprovecha los tres sitios Web y las distintas aplicaciones (Slideshare, WordPress, Box.Net, etc.) que te proporciona LinkedIn para diferenciarte y subir documentos en distintos formatos (presentaciones Power Point, Vídeos, Podcast).
5. **Cuida tu identidad y maneja tu reputación digital.** Lo primero que tienes que tener claro es qué información existe sobre ti en la Red. Busca tu nombre en Google, a ver qué aparece. Ten cuidado con lo que escribes en blogs, foros, etc. y sobre todo, en Facebook.



6. **Cuida el contenido de tu perfil.** Enfócalo a logros y resultados, cuantificándolos en cada uno de los apartados. Y sobre todo, no dejes apartados sin completar.
7. **Cuida las “reglas informales” a la hora de comunicarte con los contactos.** No le escribas a su correo personal sin pedirle permiso previamente.
8. **Si estás buscando trabajo y ya tienes un empleo, configura adecuadamente tu perfil para evitar problemas.** Ten configuradas las opciones de tal forma que no puedan ser visualizadas por nadie.
9. **Mantén siempre la red actualizada.** No hacerlo, será síntoma de dejadez y falta de atención.
10. **Dedícale tiempo.** De las horas de dedicación, dependerá la eficacia de la herramienta.
11. **Linka tu blog/site.** En la sección Sitios web puedes poner 3 links a tus sitios web.
12. **Sigue a empresas de interés** (como en Twitter). Te informarás sobre ofertas y sus noticias.



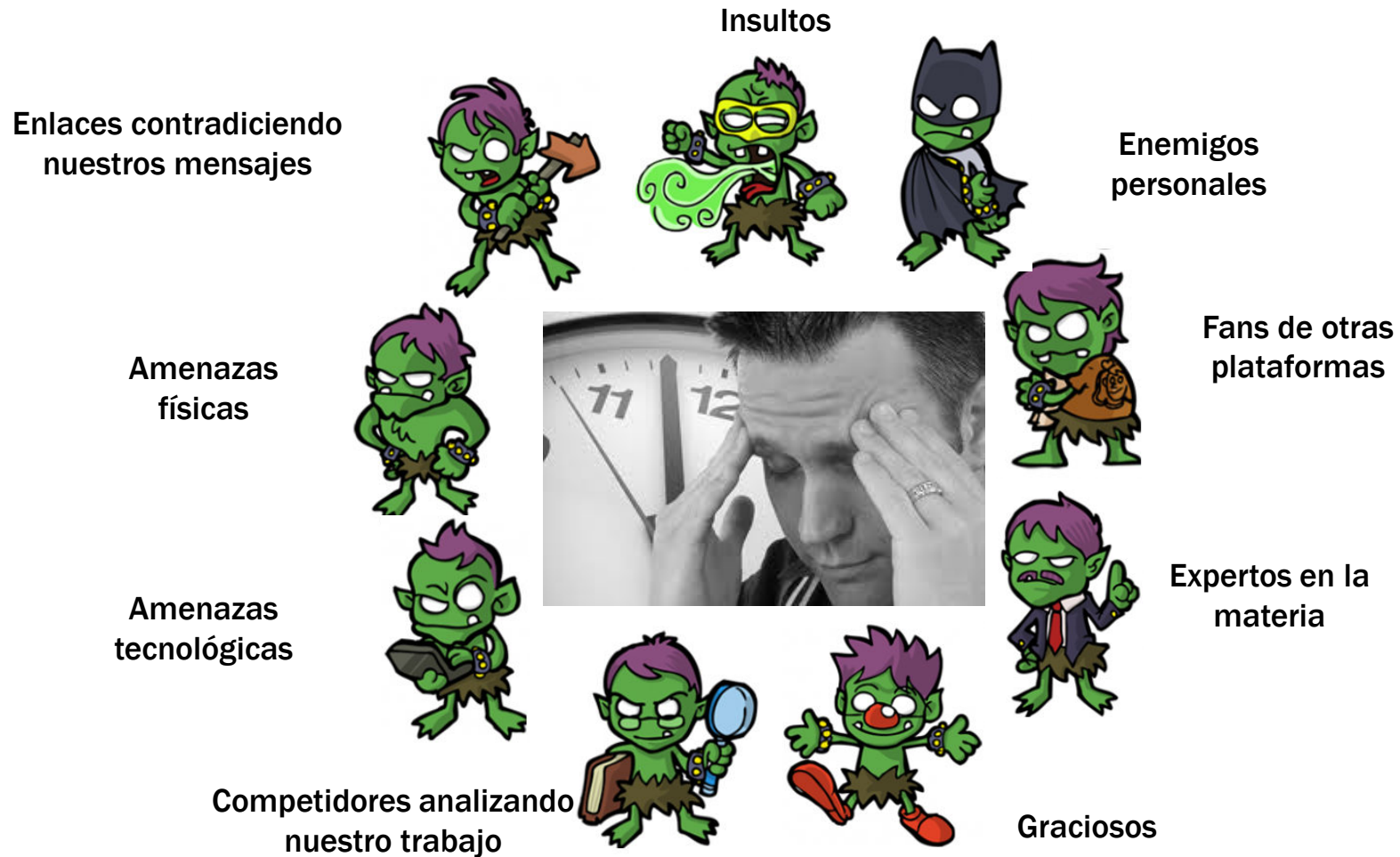
La gestión de comunidades



Trolls

En la jerga de Internet, un troll (a veces trol) es un mensaje u otra forma de participación que busca intencionadamente **molestar** a los usuarios o lectores, creando controversia, provocar reacciones predecibles, **especialmente por parte de usuarios novatos**, con fines diversos, desde el simple divertimento hasta interrumpir o desviar los temas de las discusiones, o bien provocar flamewars, enfadando a sus participantes y enfrentándolos entre sí.

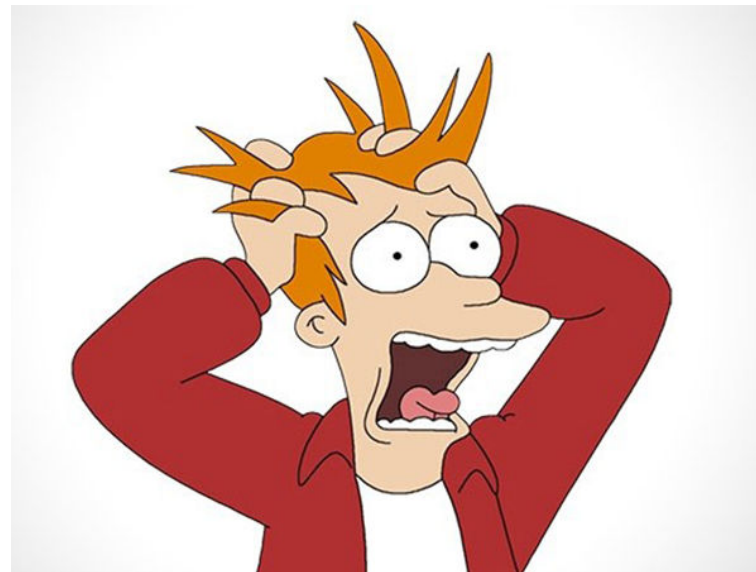
El troll puede ser más o menos sofisticado, desde mensajes groseros, ofensivos o fuera de tema, a sutiles provocaciones o mentiras difíciles de detectar, con la intención en cualquier caso de confundir o provocar la reacción de los demás.







Las crisis de reputación personales





TWEETS	FOTOS/VIDEOS	SIGUIENDO	SEGUIDORES	FAVORITOS	Más
12,4K	2 028	556	6,49M	1 063	▼

David Bisbal ✓
@davidbisbal



 **@davidbisbal**
David Bisbal

Nunca se han visto las piramides de egipto tan poco transitadas, ojala que pronto se acabe la revuelta.

hace 2 horas vía web

 **davidbisbal**

el insulto es lo unico que os queda, bueno y tambien mucho tiempo libre.

hace 4 minutos vía web

Nunca se han visto las piramides de egipto tan poco transitadas, ojala que pronto se acabe la revuelta.

hace cerca de 2 horas vía Twitter for BlackBerry®

I uploaded a YouTube video -- un saludo desde tolosa con olano y jose casla <http://youtu.be/C9HKVeUAzVQ?a>

Responder



#turismobisbal



"Nunca se han visto tan pocos coches circulando por Venecia, ojalá se acabe pronto la inundación"

"Vengo de ver la Capilla Sixtina. Para ser una tortuga ninja, Michelangelo era un pintor cojonudo"

"Nunca vi Alaska tan poco transitada. Ojalá vuelvan pronto los Pegamoides"

"He ido al Cañón del Colorado y he visto el pedazo de agujero que ha dejado pero del cañón, ni rastro"

"Me encantan los parques de atracciones como Disneylandia, Finlandia o Groenlandia"



#turismobisbal



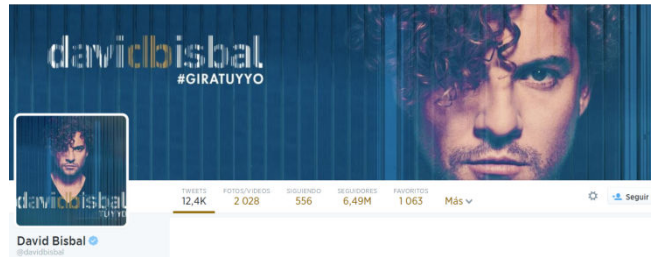
MayCardenas Maylen Cardenas por viul_abloguear
Nunca se habia visto la luna tan poco transitada, ojalá que pronto acabe la guerra de las galaxias.. [#turismobisbal](#)
1 feb



AHBethencourt Álvaro Béthencourt por CrisTeso
Si las de Burgos son burgalesas, las de Hamburgo son Hamburguesas no? [#turismobisbal](#)
hace 2 horas



Riki_moto Ricardo González por maraoz11
[#turismobisbal](#) Qué bonita la torre inclinada de Pisa. Ojalá las torres gemelas hubieran tenido tan buenos reflejos..
hace 1 hora



#turismobisbal





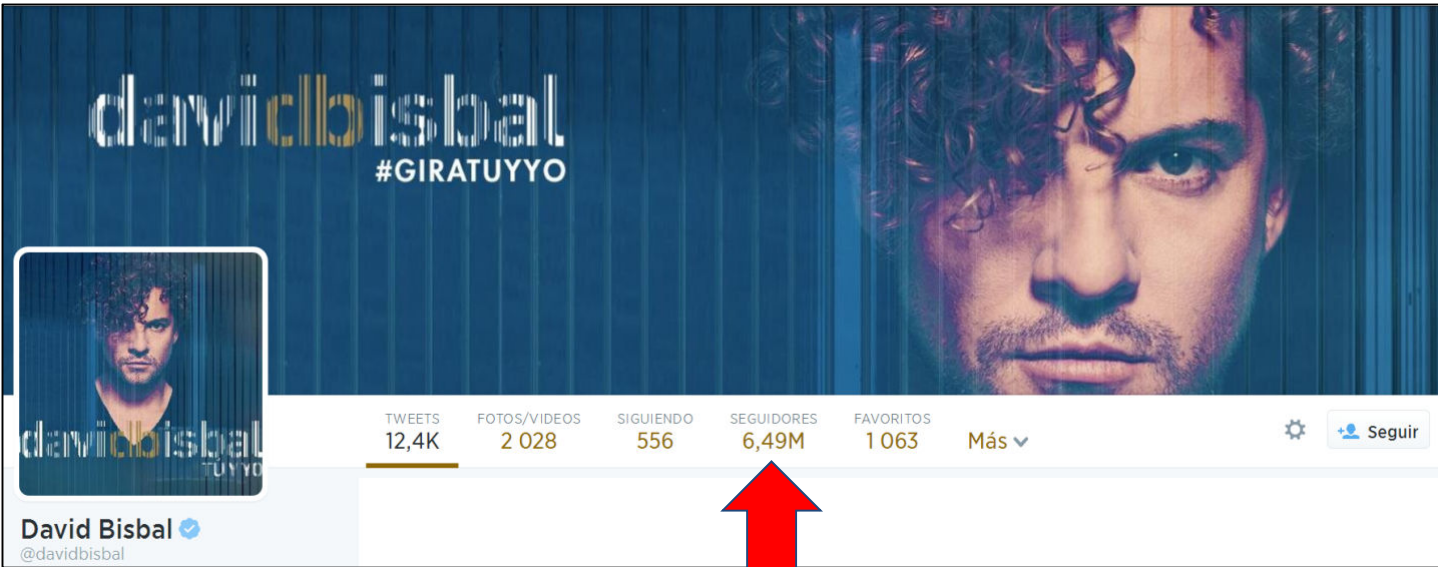
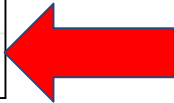
David Bisbal ✓
@davidbisbal
Bienvenidos a la página Oficial de DAVID BISBAL en Twitter.
Welcome to DAVID BISBAL'S Official Twitter page.
http://www.davidbisbal.com/es_ES/Eventos
Almería, Andalucía, España · <http://www.davidbisbal.com>

Seguir

6.074 TWEETS

351 SIGUIENDO

3.729.562 SEGUIDORES



davidbisbal #GIRATUYYO

TWEETS	FOTOS/VIDEOS	SIGUIENDO	SEGUIDORES	FAVORITOS	Más
12,4K	2 028	556	6,49M	1 063	▼

David Bisbal ✓
@davidbisbal





Fakers.statuspeople.com

David Bisbal

@davidbisbal

Bienvenidos a la página Oficial de DAVID BISBAL en Twitter.
Welcome to DAVID BISBAL'S Official Twitter page.
http://www.davidbisbal.com/es_ES/Eventos
Almería, Andalucía, España <http://www.davidbisbal.com>

Seguir

6.074 TWEETS

351 SIGUIENDO

3.729.562 SEGUIDORES



davidbisbal #GIRATUYYO

David Bisbal

TWEETS 12.4K

FOTOS/VIDEOS 2.028

SIGUIENDO 556

SEGUIDORES 6.49M

FAVORITOS 1.063

Más v

Seguir

@davidbisbal Faker Scores

Fake 27%

Inactive 51%

Good 22%

[Display Your Scores](#)

Find out how many fake followers your friends have.

[Search](#)

You have 1 friend searches left.

Your Followers

- 92% speak Spanish; Castilian
- 24% have not tweeted in 100 days
- 75% follow less than 250 people

Your Fakers

- Milylunaarg** [Details](#)
- AplhAnapaola** [Details](#)



Rafa Nadal 
@RafaelNadal 

Hoy hemos perdido una de las personas más importantes y relevantes de nuestro mundo. Descanse en paz #NelsonMandela

← Res
1.889
RETWEET



Rafa Nadal 
@RafaelNadal 

Tenía información equivocada y por ahora #NelsonMandela no nos ha dejado. Ojalá este con nosotros mucho tiempo, lo que hizo estará siempre.

3:45 PM - 10 jun 2013

2.500 RETWEETS 644 FAVORITOS   



Community Managers de dudosa profesionalidad





The screenshot shows a Twitter thread with five tweets. The first tweet is from Miguel Temprano (@mtemprano) at 5h, replying to @Armada_esp with the text: "¿No serán Somalíes...??? Es broma... Sonaba a piratas de esquite...". The second tweet is from Carlos Díaz (@_amazigh) at 5h, replying to @Armada_esp: "pirateada la cuenta oficial en Twitter de la Armada? Creo que alguien necesita modernizarse...". The third tweet is from Antonio Maestre (@AntonioMaestre) at 5h, replying to @Armada_esp: "No os tiréis el pegote. Ha sido un error y punto, no hagáis que enseñemos quién ha sido el que ha fallado que da penica.". The fourth tweet is from Luis Arean (@larean) at 4h, replying to @Armada_esp and @natxox: "¿Por quién? ¿Sir Francis Drake?". The fifth tweet is from Ismael El-Qudsi (@elqudsi) at 4h, replying to @Armada_esp: "habrá sido Jhonny Deep. Decid la verdad y no seáis ridículos que un fallo lo tiene hasta el community manager".



Community Managers ... diferentes






Telepizza España 
 @telepizza_es   Seguir

Desmentimos la noticia. No hemos fichado a Messi como repar de Telepizza










RETWEETS **30.955** FAVORITOS **8.053**






Policía Nacional @policia 199d

Bailando 🎵 Pasas la noche bailando 🎵 Y si no cierras bien tu casa mientras tanto 🎵 ; Te pueden desvalijar!
#Micasaasalvo #CancióndelVerano

Seguir

★ | 🗨️ | 🏆

2.519
FAVS

5.472
RETUITS






Policía Nacional ✓
@policia

⚙️ + Seguir

Van en un coche un conductor pasado de copas, otro tras consumir droga y otro con el carné retirado ¿Quién conduce?
Nosotros, a comisaría

👤 🔄 📁 ⭐ 📧 ⋮

RETWEETS 4.378 FAVORITOS 2.850



23:07 - 10 de ene. de 2015



Media Markt



Media Markt España

@MediaMarkt_es

Somos Media Markt. Somos todo lo que no esperas de nosotros. Somos como tú. Si eres ingenioso te RT [#palabra](#).

mediamarkt.es



 **Policía Nacional** @policia 8h
Si eres cazador, los #perros son tus fieles aliados y grandes amigos. Cuídalos SIEMPRE. El maltrato de animales está PENADO #caza
Abrir ← Responder ↻ Retwittear ★ Favorito ... Más

 **Media Markt España** @MediaMarkt_es 1h
.@policia Nos parece una idea brillante, ahora sólo falta cuidar que no se cace animales.
Abrir ← Responder ↻ Retwittear ★ Favorito ... Más

 **Policía Nacional** @policia 7min
@MediaMarkt_es tan mala es tu empresa, tiendas y productos que tienes que hablar de nosotros? (Bueno, al menos, tienes buen gusto) :) Carlos
Abrir ← Responder ↻ Retwitteado ★ Favorito ... Más



Media Markt España @MediaMarkt_es

Déjate de desfiles y tira hacia tu Media Markt favorito!

Responder Retwittear Favorito Más

285 RETWEETS 121 FAVORITOS

11:30 AM - 12 oct 13

Media Markt España @MediaMarkt_es

¿En qué se parecen los árbitros, Pokemons, community managers y la cabra de la legión?

Media Markt España @MediaMarkt_es

Todos los clientes "que hemos perdido" son más o menos 1 millón según los manifestantes, 10.000 según la policía.

Responder Retwittear Favorito Más

Media Markt España @MediaMarkt_es

¿Ver a la legión o pasarte a ver las nuevas TV 4K o el Samsung Galaxy Gear? Vivir en el SXIII o ser un ciudadano del SXXI?

11:34 AM - 12 oct 2013

890 RETWEETS 342 FAVORITOS

González Pons @gonzalezpons 12 oct

Me parece que a @MediaMarkt_es le sigue dando risa ofender a los legionarios. Siguen equivocándose. Es lamentable.

Abrir

Media Markt España @MediaMarkt_es 12 oct

Nuestras madres nos han llamado y quieren irse a dormir tranquilas. NUNCA intentamos ofender a nadie, si así ha sonado, lo sentimos.

Retwitteado por González Pons

Abrir



La Santa Cabra @lasantacabra 1
"Sres" de @MediaMarkt_es la fuente de alimentación de un pc es parte del mismo. De hecho, sin ello un pc no existe. Hay jurisprudencia



Media Markt España @M... 1
@lasantacabra Entendemos tu enfado. Pero déjanos preguntarte algo, el agujero del Donut forma parte del Donut?



Media Markt España 
@MediaMarkt_es 

Buenos días Andalucía.

28/12/14 **16:55**

843 RETWEETS 513 FAVORITOS



Media Markt España 
@MediaMarkt_es 

Nuestra intención nunca es ofender a nadie, jo. Os queremos mucho a todos. Buenas noches.

23:56 - 28 dic 2014

54 RETWEETS 92 FAVORITOS   



Crisis de reputación de las de verdad



¿Qué hacer ante una crisis de reputación?

- Responder inmediatamente: si aún no tienes respuesta, al menos informa de que estás en ello.
- Establece un tiempo de reacción mínimo en base al impacto.
- Ten una lista de respuestas tipo preparadas
- Si el usuario es un cliente insatisfecho, muestra empatía aún cuando su queja o problema no sea responsabilidad nuestra.
- Reúne al comité de crisis si así fuese necesario.
- Da toda la información posible.
- No censure comentarios. Establece una política sobre insultos, lenguaje soez, etc.



www.davecarrollmusic.com



Dave Carroll y “United breaks guitars”

<https://www.youtube.com/watch?v=sQZDmOehRvA>



6 de julio de 2009.

- 150.000 visitas en un solo día
- Medio millón de visitas en tres días
- 5 millones un mes después.
- Actualmente, más de 14 millones de visitas



Dave Carroll y “United breaks guitars”



La mala prensa para United Airlines hizo que las acciones cayeran un 10 por ciento, con un costo para los accionistas de...

180 millones de dólares.

Habría comprado Carroll más de 51.000 guitarras de repuesto.

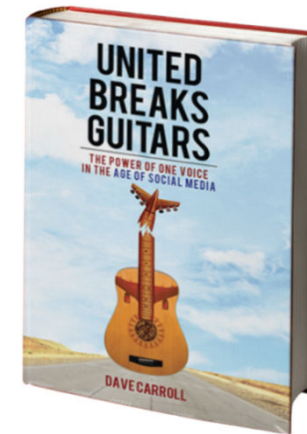
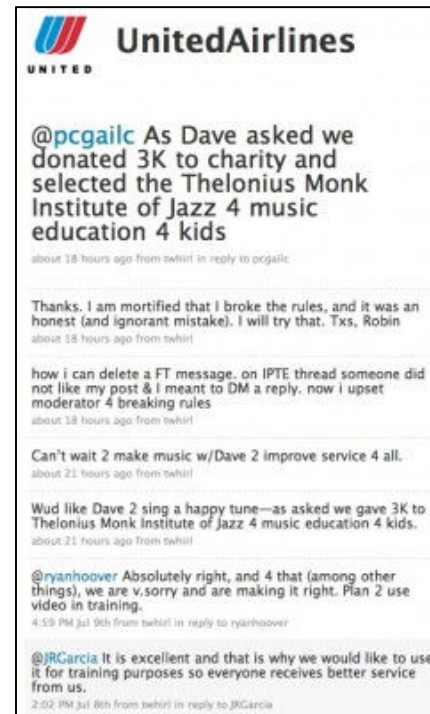


Dave Carroll y “United breaks guitars”

Dave rechazó la oferta y logró que el dinero fuese dado como donación a la organización Thelonius Monk Institute of Jazz.

Además United Airlines tuvo que:

- Hacer una declaración en su página corporativa,
- Realizar cambios en el departamento de atención al cliente
- Utilizar documentación del caso como elemento pedagógico entre sus trabajadores.





Ejemplo de crisis bien gestionada

“En alrededor de cinco minutos él enviará el pedido y alguien se lo comerá. Sí, se lo comerá, y sabrán que ese pequeño pedazo de queso estuvo en su nariz y algún ‘gas letal’ terminó en su salami”, señala la empleada en el video, y agrega: “Así lo hacemos ahora en Domino’s”.



Sucedió en un establecimiento de Domino's Pizza el lunes 13 de abril del 2009, por la noche. El empleado hacía cosas repugnantes con los alimentos que estaba manipulando (ponerse un pedazo de queso dentro de la nariz y después en el sándwich que estaba preparando, estornudar sobre la masa, colocar sus mocos en la misma, y “perfumar” con sus propios gases unas rodajas de salami que también iban en la preparación). El sándwich fue empacado y colocado en la caja, apilada con otras, que más tarde entregaría un repartidor.

El hecho fue grabado y narrado por su compañera de trabajo y subido a Youtube.

Ejemplo de crisis bien gestionada

Para cuando el video fue borrado de YouTube más de un millón de personas lo había visto ya habían hablado de él importantes medios como la NBC y The New York Times.

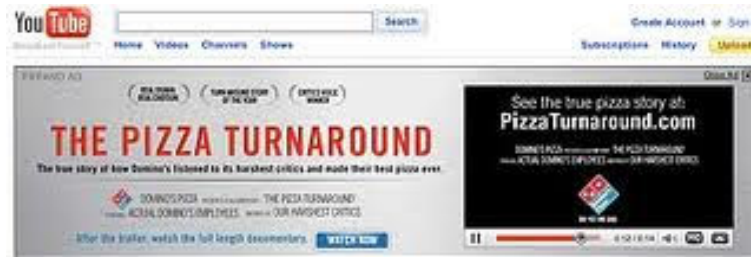
La noticia campeaba en Google (el miércoles por la tarde 5 de los 12 resultados de una búsqueda de la palabra “Domino”, traían referencias al caso y el tema había saltado a Twitter).



Tim McIntyre V-P de Comunicaciones de *Domino's* encabezó un equipo de crisis con Patrick Doyle, presidente de *Domino's* EE UU y cinco miembros más y empezó a contestar las llamadas de los medios, el martes por la mañana, a las 24 horas de subido el video a YouTube, anunciando que aunque los el video serían demandados en lo criminal, estaban tratando de no hacer muchas olas para no darle alas a la noticia: eso fue un error.



Ejemplo de crisis bien gestionada



“La pizza de Domino´s tiene gusto a cartón y la salsa parece ketchup”; “La piza de microhondas es más rica que la de Domino´s”

En una jugada bastante osada y arriesgada, lanzó una nueva campaña apoyada tanto en spots televisivos como en Internet, llamada [The Pizza turnaround](#).

Lo diferente de esta campaña es que se decidió transparentar los comentarios negativos de sus propios clientes, como una manera de demostrar que la compañía los escucha.

Domino´s Pizza escuchó los comentarios que hacían sus clientes en Twitter y otras redes sociales y en focus group armados para tal fin.





Ejemplo de crisis bien gestionada



“La pizza de Domino’s tiene gusto a cartón y la salsa parece ketchup”; “La pizza de microondas es más rica que la de Domino’s”

Con esas conclusiones la empresa decidió reaccionar a tiempo. Cambió la receta de la masa de la pizza, de la salsa de tomates y hasta el queso utilizado.

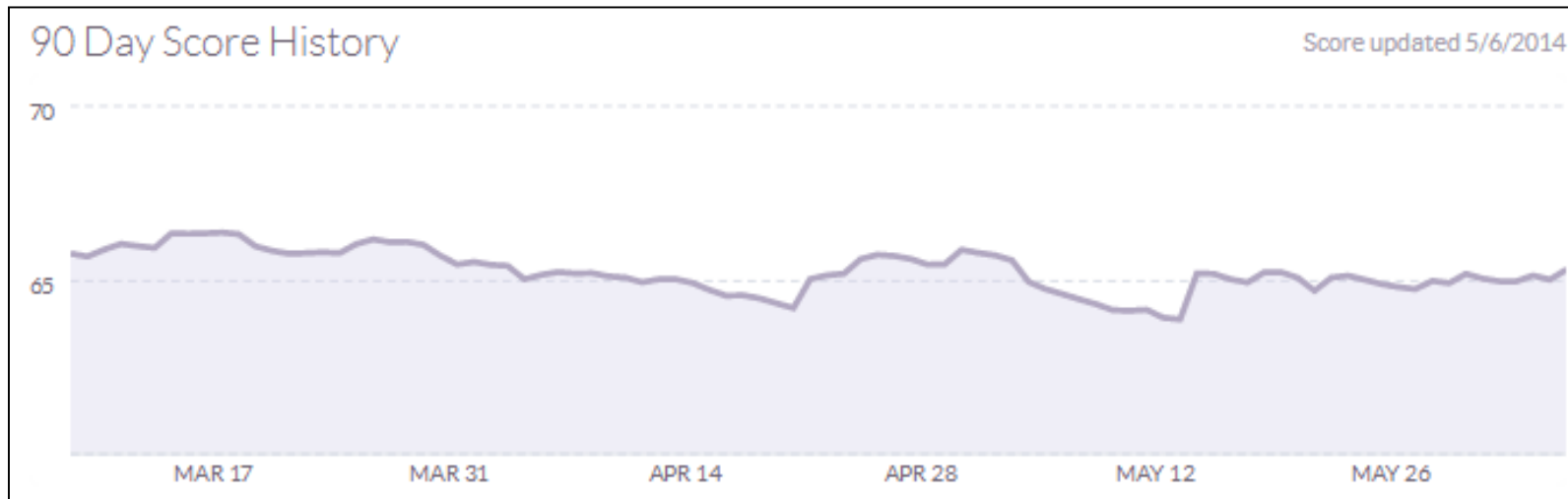
Todo esto es lo que valientemente decidió mostrar en sus avisos y en la web armada para tal fin.





Medición de la Reputación Online





Score Details

65.28 ▲ 0.29
Today's Score

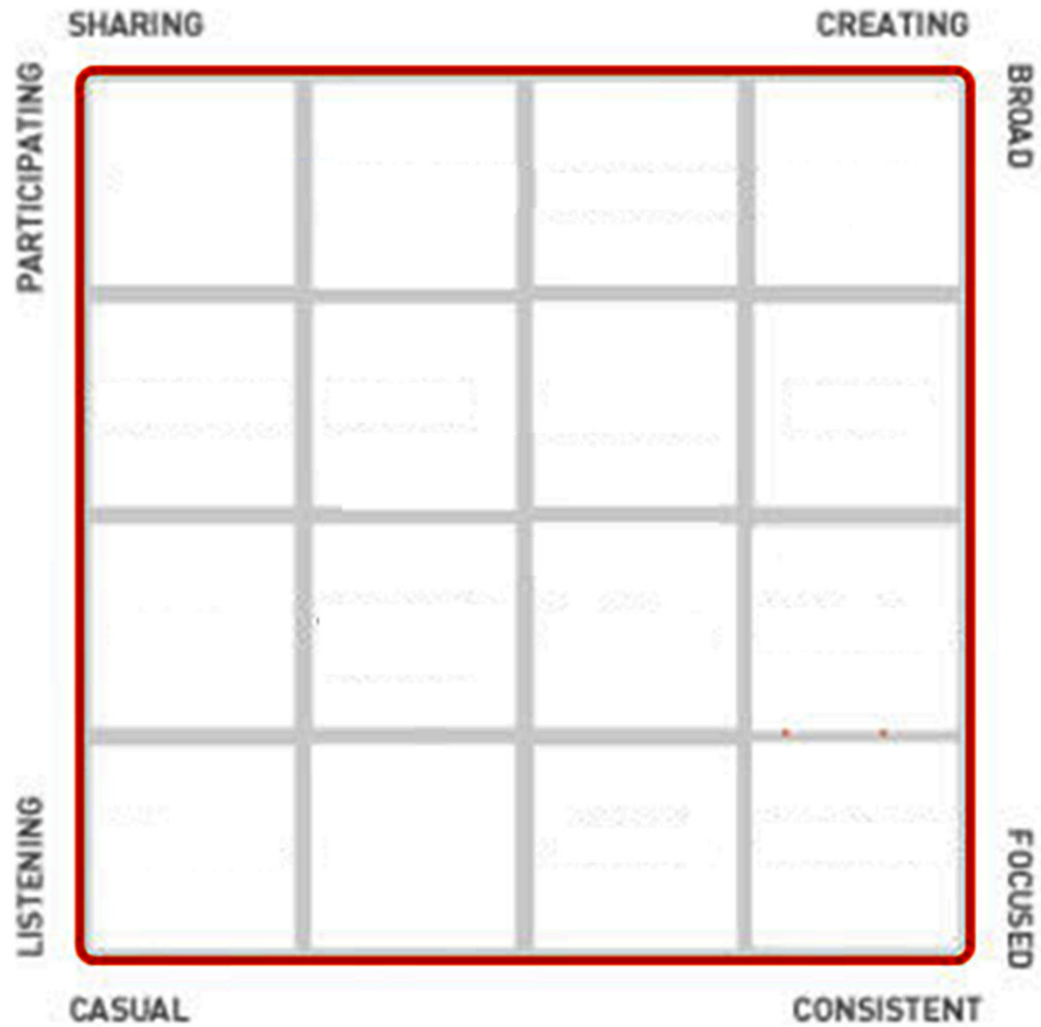
66.34
90 Day High

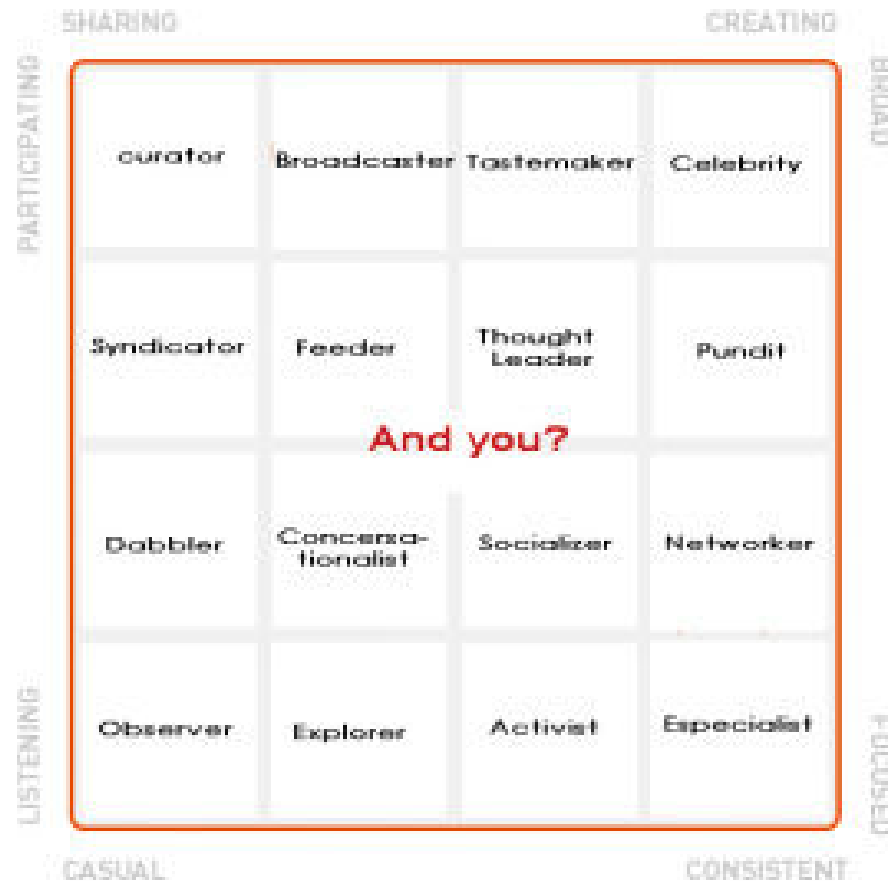
63.84
90 Day Low

Network Contribution

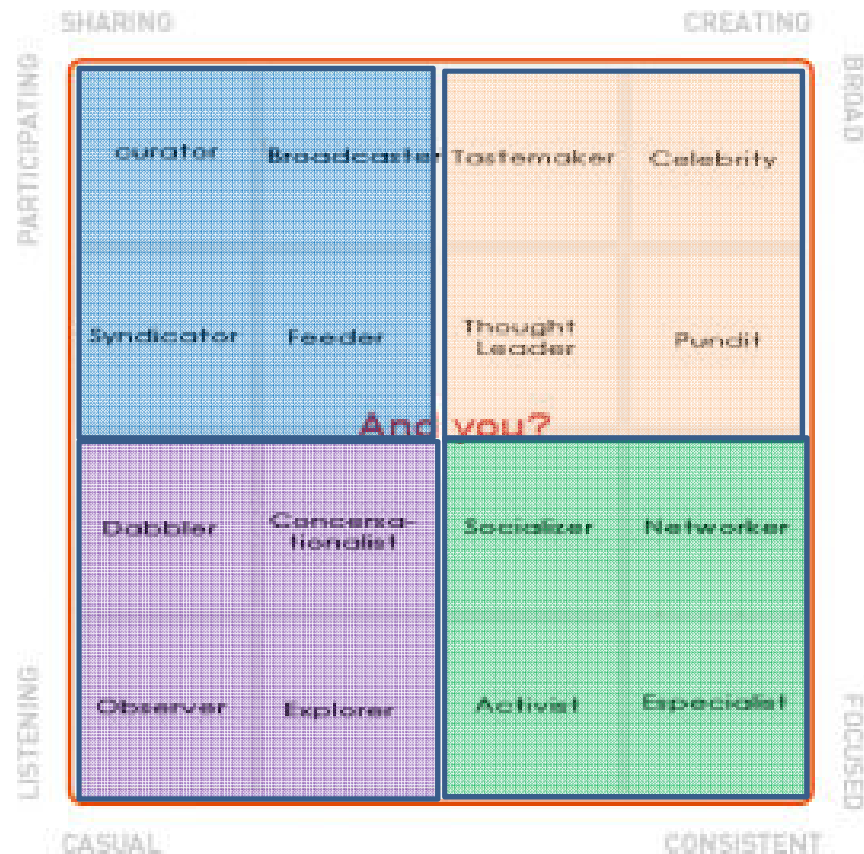


Facebook	54%
Twitter	43%
LinkedIn	2%
Connect Instagram	0%
Google	0%
Foursquare	1%
Klout	0%

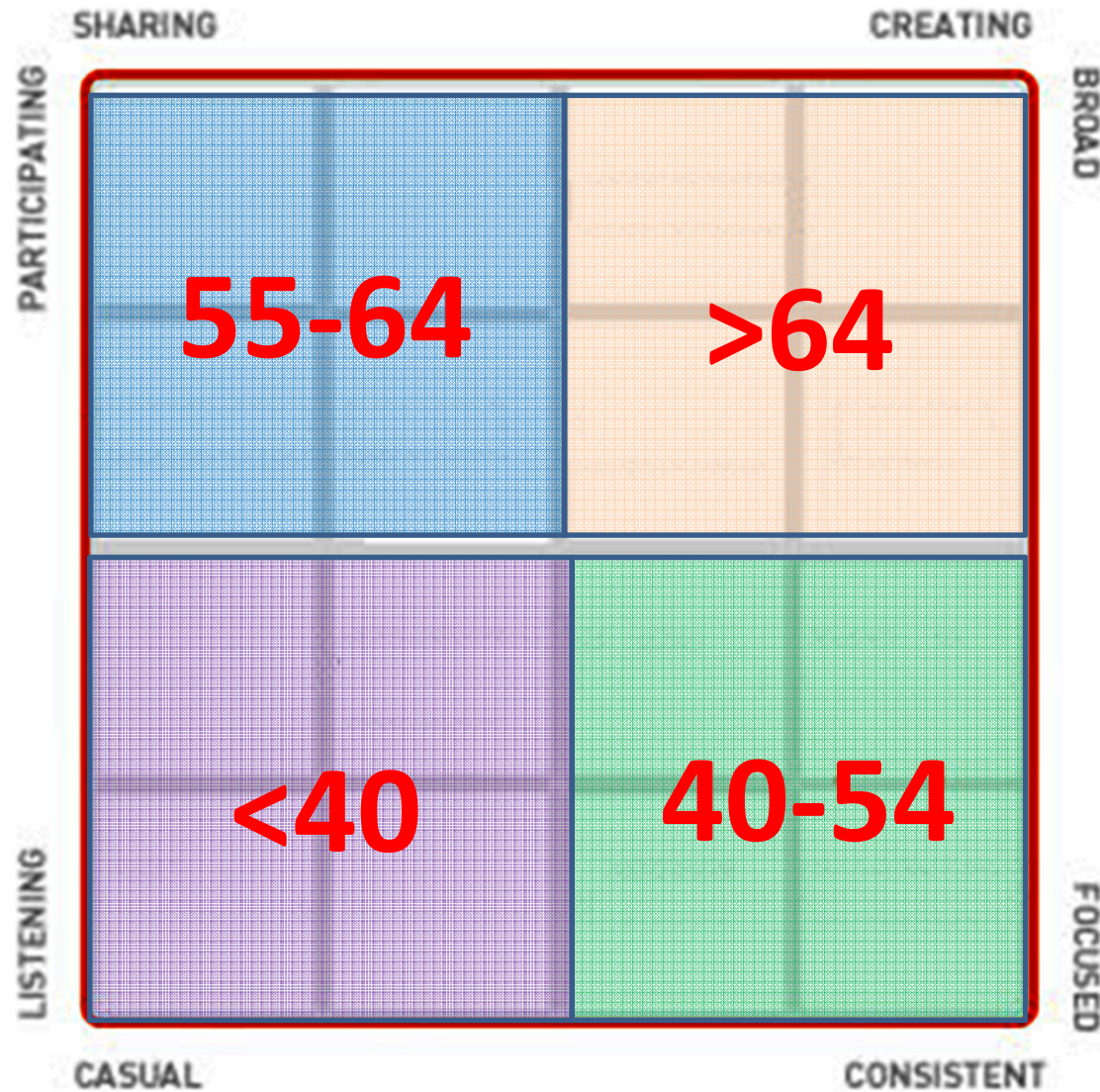




1. Celebridad (Celebrity)
2. Creador de sabor (Taste Maker)
3. Experto (Pundit)
4. Líder de Pensamiento (Thought Leader)
5. Difusor (Broadcaster)
6. Curador (Curator)
7. Alimentador (Feeder)
8. Sindicador (Syndicator)
9. Creador de Redes (Networker)
10. Socializador (Socializar)
11. Especialista (Specialist)
12. Activista (Activist)
13. Conversador (Coversationalist)
14. Aficionado (Dabbler)
15. Explorador (Explorer)
16. Observador (Observer)



1. Celebridad (Celebrity)
2. Creador de sabor (Taste Maker)
3. Experto (Pundit)
4. Líder de Pensamiento (Thought Leader)
5. Difusor (Broadcaster)
6. Curador (Curator)
7. Alimentador (Feeder)
8. Sindicador (Syndicator)
9. Creador de Redes (Networker)
10. Socializador (Socializar)
11. Especialista (Specialist)
12. Activista (Activist)
13. Conversador (Coversationalist)
14. Aficionado (Dabbler)
15. Explorador (Explorer)
16. Observador (Observer)



¿Cómo incremento mi índice?

- 1. Genera contenido que valga la pena compartir con los demás...** y piensa en ello antes de empezar a escribir.
- 2. Genera conversación en la red.** Lanza preguntas y responde a tus usuarios para conseguir que más gente se comuniquen contigo.
- 3. Conecta tu klout con múltiples redes.** Klout no está solamente basado en Twitter, puedes añadir tus perfiles en otros sitios como Youtube, Google+, Facebook, WordPress, Tumblr o LinkedIn.
- 4. Construye una comunidad de nicho.** No puedes ser influyente en todo. Céntrate en un tema y genera contenido y conversación alrededor de él.
- 5. Relacionate con los usuarios influyentes.** Consigue elevar tu ranking de klout entrando en conversación en tus temas de influencia con aquellos usuarios considerados más influyentes.



Trabajos



- Lograr al menos 75 contactos en nuestro perfil personal
- Ser admitidos y en al menos 5 grupos que tengan que ver con el sector/actividad elegido en FB



- Darnos de alta en el portal.
- Asociar nuestras cuentas y medir nuestro índice actual.
- Situarlo en esta semana por encima de 40 (como mínimo). Objetivo: 45



Esto es todo amigos!!



Vicente Montiel Molina

@MontielVicente

vmontiel@tabarcaconsulting.com

<http://vicentemontiel.com/>

LAS NUEVAS PROFESIONES 2.0. EL COMMUNITY MANAGER