

## JORNADA

Jornada 2

### ÁREA TEMÁTICA

Nuevos modelos de negocio

### EVENTO

Análisis mercado y escucha

### TÍTULO

Análisis mercado y escucha

### DESTINATARIOS

Ingenieros de pymes y grandes empresas o ingenieros autónomos. Ingenieros emprendedores, responsables de start ups, estudiantes últimos cursos ingeniería.

### OBJETIVOS PRINCIPAL

Existe una estrecha relación entre el producto, el precio, el sistema de distribución y la comunicación. Analizando estos cuatro aspectos en profundidad podemos con mayor facilidad y con mayor coherencia diseñar e implementar nuevos modelos de negocio diferenciadores o nuevas estrategias de marketing.

### OBJETIVO ESPECÍFICO

*Conocer las posibilidades de utilización del social media para identificar nuevos modelos de negocio y conseguir mejorar la atención al cliente y la creación de marca.*

### INDICE DE CONTENIDOS

- Capítulo 1. Social media.
  - 1.1. Qué es social media
  - 1.2. Qué es una herramienta de monitorización social media
  - 1.3. ¿Para que se utilizan?
- Capítulo 2. Experiencias de uso.
  - 1.1. Negocio: elección de producto.
  - 1.2. Estudio exploratorio: cerveza.
  - 1.3. Difusión: Influencers.
  - 1.4. Dinamización: Social Media en eventos.
  - 1.5. Difusión: offline-online
  - 1.6. Reputación: Gestión de crisis.

### IDEAS CLAVE

- Importancia de la escucha activa en el entorno social media.
- Identificar nuevos modelos de negocio a través de las conversaciones.
- Generación y mejora de la reputación de marca