



Masterclass

9:00 - 9:45	Desayuno	
9:45 - 10:00	Intro	
	Sala Room Mate	Sala Florencia
Sesión 1 10:00 - 10:35	<p>Cómo sacar todo el provecho a un estudio de redes sociales - Arthur Wade</p> <p>¿Estás haciendo las preguntas correctas al embarcarte en una investigación social? Hablaremos sobre las mejores metodologías.</p> <p>¿Cómo encontrar y dirigirse a las audiencias adecuadas? Consejos para segmentar y entender a diferentes audiencias.</p>	<p>Cómo utilizar la escucha activa para entender a los consumidores - Ruxandra Mindruta</p> <p>¿Conoces bien a tus clientes? Durante esta charla exploraremos cómo Brandwatch Analytics te puede ayudar a entender quiénes son y qué los motiva.</p> <p>Con ayuda de ejemplos relevantes de distintas industrias, te mostraremos las características más útiles de Brandwatch, la manera más inteligente de comprender los problemas y deseos de tus clientes y cómo aprovechar estos <i>insights</i>.</p>
Sesión 2 10:35 - 11:40	<p>WORKSHOP</p> <p>Image analytics Chris McCormick (Sesión en inglés)</p> <p>¿Sabías que un 80 % de las imágenes que contienen tu logo no mencionan a tu marca en el texto asociado? En esta sesión te contaremos cómo usar Brandwatch para encontrar y analizar estas menciones empleando todas las métricas disponibles en la plataforma y así, conocer la percepción y asociaciones de tu marca.</p>	<p>WORKSHOP</p> <p>Insights sobre el mercado de consumo, CMI Arthur Wade y Cynthia Zaniratti</p> <p>Las redes sociales son una fuente inagotable de <i>insights</i> sobre los consumidores gracias a la cantidad de contenido que puedes encontrar en ellas. El reto está en hacer las preguntas correctas, para obtener información relevante.</p> <p>En esta sesión, dos analistas de Brandwatch te ayudarán a crear las Queries o búsquedas más eficientes y a aprovechar todo el poder y beneficios que te ofrece la plataforma.</p>
11:40 - 11:50	Descanso	
Sesión 3 11:50 - 12:20	<p>CASO PRÁCTICO</p> <p>Gansito de Grupo Bimbo: Un ejemplo de una marca que escucha a sus consumidores - Elizabeth Juárez, Vector B</p> <p>El pastelito más icónico y con más tradición en México, se enfrentó a un gran volumen de conversación negativa en redes sociales, causadas por la versión Red Velvet lanzada exclusivamente en Estados Unidos. El reto era cambiar esa conversación negativa en positiva y convertir un sabor distinto de nuestro pastelito en un éxito en ventas.</p>	<p>¿De verdad conoces a tu cliente? Data Integration, the 360 Customer Knowledge - Eduardo Vázquez y Marta Agudo, Deloitte</p> <p>Los datos de las redes sociales son sólo una parte de un rico tapiz de datos disponibles para las marcas. Ninguno de ellos debe ser visto en silo por quien busque conocer de verdad a sus clientes. El equipo de Deloitte nos explicará cómo saber cuándo se deben integrar conjuntos de datos para informar las decisiones y cómo elegir las fuentes adecuadas, utilizando casos reales.</p>
Sesión 4 12:30 - 13:00	<p>El futuro del Social Listening Phill Agnew (Sesión en inglés)</p> <p>¿Cómo será la escucha de las redes sociales en cinco años? ¿Qué nos permitirá hacer? ¿Seguirá llamándose escucha de las redes sociales? Phill Agnew, Product Marketing Manager de Brandwatch, presentará esta apasionante y divertida charla sobre el futuro de la escucha social, repasando su historia y tratando de predecir qué nos depara el futuro.</p>	<p>¿Cómo optimizar tu oferta de productos a través de una escucha social inteligente? - Daniel Devai, Epsilon</p> <p>Tanto si eres un <i>e-commerce</i>, un <i>retailer</i> o una compañía de gran consumo, hoy en día las Redes Sociales representan una oportunidad para aquellas marcas que saben escuchar e interpretar las necesidades y tendencias de mercado. En esta sesión se explicará cómo se puede optimizar la oferta de productos con <i>Social Intelligence</i>.</p>

13:00 - 14:00

Comida

Sala Room Mate

Sesión 5

14:00 - 14:45

¿Qué respuestas se pueden obtener con Social Intelligence?

Chris McCormick (Sesión en inglés)

Desde controlar una crisis o predecir el resultado de elecciones políticas hasta... ¿encontrar esposa? Te presentamos los usos alternativos del *Social Intelligence*. Conoce todo lo que es posible hacer con Brandwatch y aprovecha todo su potencial.

Sesión 6

14:45 - 15:30

Mesa redonda: Transformación digital

La mesa redonda sobre Transformación Digital, contará con algunos de los mayores expertos en el tema y será conducida por Fátima Martínez.

- Fernando Polo - CEO de Good Rebels
- Alberto Díaz - Senior Partner de Digital Migration Partners
- Sebastián Muriel - Director of Innovation in Personal Comms & CEO de Tuenti (Telefónica)

Sesión 7

15:30 - 16:20

Cuando los números fallan: el lado oscuro de los datos

Paul Siegel (Sesión en inglés)

Nuestro día a día está lleno de índices, puntuaciones, estadísticas, métricas y KPI's. De alguna manera se supone que debemos encajar estas montañas de datos en una simple decisión de negocios. Como qué característica desarrollar o dónde anunciar nuestros productos. ¿Cómo podemos construir una sola métrica que capture toda esta complejidad? ¿Cómo podemos encontrar el gráfico perfecto que resume las tendencias del mercado?

La respuesta es simple: no podemos, y debemos dejar de intentarlo. Las estructuras que de verdad impulsan los deseos, las necesidades, las identidades y el comportamiento de las personas son demasiado complejas para soluciones uniformes. En esta presentación, Paul Siegel explorará algunas de las consecuencias desastrosas de las métricas demasiado simplistas y sugerirá cómo las herramientas de la teoría de la información y de las estadísticas pueden ayudarnos a contar las historias correctas y a tomar mejores decisiones.

Sesión 8

16:20 - 17:00

Roadmap

Will McInnes (Sesión en inglés)

Will McInnes, CMO de Brandwatch, perfilará la dirección que va a tomar Brandwatch. Para ello, compartirá la visión de la empresa y dará a conocer las últimas novedades de producto. Un contenido que cualquier estratega o analista de redes sociales debe conocer.

17:00 - 17:15

Entrega de premios

17:15

Networking