



Contexto de Seguimiento: WIM Conf

Todo inició 🤝

Tu líder Edna se fue y quedaste encargada de la conferencia. Elegiste trabajar con Carolina y completaste la planificación de lo que debían hacer en estas tres semanas para cumplir con los objetivos:

- Evento con calidad en producción audiovisual
- Asistencia de por lo menos 1000 personas
- Recopilar los datos de registro de quienes asistan
- Comercializar un producto que permita identificar si las personas están dispuestas en invertir en el asesoramiento de su marca personal
- Alcance en redes a más de 5000 personas

Terminaste tu cronograma de actividades e hiciste un gran trabajo identificando stakeholders.

Ahora, ya pasó una semana desde que la ejecución inició y se presentan diversas situaciones desde los frentes de trabajo:

- En la primera semana, el equipo de Marketing, encargado de encontrar a las conferencistas, está teniendo poca comunicación. Esto es algo usual en sus prácticas, pues desde la capa de liderazgo no se promueve la comunicación transparente y es difícil saber el avance de las actividades que se hacen en conjunto.
En la segunda semana, Carolina, en conversaciones privadas con una persona del equipo de Marketing, se da cuenta y te informa que solo llevan el 40% de las conferencistas confirmadas y que esperan traer a algunos hombres como panelistas.
- Una de las actividades importantes es la de crear una página en la web en la que se puedan registrar las personas interesadas para así recopilar sus datos que más adelante serán el insumo para el mercadeo. El equipo de ingeniería asignado para crear esta página, suele tener una muy alta carga de trabajo, pues son pocos los dedicados a este rol y es común que no entreguen los productos a tiempo.
- Tienen un equipo de producción de confianza para hacer montajes audiovisuales, pues antes de la situación del COVID-19 han trabajado con estos y han tenido excelentes resultados. Sin embargo, desconoces cómo serán los procedimientos en esta nueva realidad.
- Gran parte de la responsabilidad de la ejecución del evento la tiene el equipo de Marketing. Además de lo mencionado anteriormente, tienen bajo su cargo la elaboración de la guía de marca personal que se comercializará y la planificación del contenido que se lanzará en redes para impactar a la cantidad de personas esperadas. Ya va una semana desde que asignaste responsabilidades y aún no tienes noticias o avances sobre estos dos temas.
- Claudia, la directora de la comunidad MarketingWom sería una de las invitadas importantes y protagonistas para este evento. Sin embargo, bajo la condición de grabar en presencial dentro de las oficinas de la organización, esta se manifiesta en desacuerdo y confirma NO tener disponibilidad para hacerlo en esas circunstancias.

¿Cómo van tus stakeholders?

Una única novedad: el equipo de compras, encargado de la adquisición de los servicios que se tercerizarán y que además su líder cuenta con un gran poder de convencimiento y aceptación por parte de las fundadoras de la organización, tiene un evidente interés en bajar costos. En la reunión anterior sugirió cambiar de último minuto al equipo contratado para la producción y propuso sobre la mesa uno desconocido de menor valor. Las co-fundadoras lo vienen considerando.

¿Qué sigue?

Has tenido el apoyo incondicional del Carolina en lo que van de la planificación, sin embargo, estos hechos te harán tomar decisiones con respecto al seguimiento y monitoreo del proyecto para garantizar su éxito.

Resultados

Después de hacer los ajustes correspondientes y el adecuado seguimiento y monitoreo a las actividades, este fue el resultado:

- 800 personas atendieron el evento
- Hubo algunas fallas en la transmisión del video, pero en general fue un evento con buena calidad
- La guía fue adquirida por el 5% de asistentes
- La landing page quedó lista pero se cayó durante una hora por la cantidad de tráfico.
- 6000 personas supieron del evento e hicieron algún comentario en redes sociales.