



❖❖ Caso de estudio: Women in Marketing Conf

Llevas 8 meses trabajando en una agencia de marketing que, por su colaboración abierta y pública con *partners* en diferentes industrias como educación y tecnología, ha ganado aceptación y buena acogida por parte de las comunidades de estas. La Agencia (como la llamaremos en este caso), que tiene 150 empleados, históricamente ha enfocado sus servicios bajo un modelo de negocio B2B (Business to Business), prestando asesoramiento en marketing a varias empresas de Latinoamérica.

Interactuando con algunas comunidades digitales, las *founders* se dieron cuenta que incursionar en el mercado B2C, que es el que ofrece un producto o servicio como empresa a personas, podría ser una gran oportunidad de crecimiento para su negocio. Idearon ofrecer servicios de asesoramiento para impulsar marcas personales. Y para conocer su tracción, acogida y visibilizar la compañía ante personas naturales, decidieron crear *Women in Marketing Conf (WIM Conf)*.

- Tú rol -

Tu líder del departamento de *Partnerships* (recientemente creado) era quien año tras año se encargaba de los eventos realizados en La Agencia. Por su ausencia repentina, serías tú quien tomará el liderazgo del proyecto.

La *WIM Conf* será un evento virtual en el que mujeres hablarán de sus carreras como profesionales y expertas en marketing y darán recomendaciones para encontrar espacios y oportunidades con igualdad de condiciones para ambos géneros, bajo formatos de conferencia magistral. Si bien este evento está enfocado a mujeres, se hará un gran esfuerzo para involucrar a hombres como público asistente.

La Agencia tiene experiencia haciendo algunos eventos de *streaming* en el pasado y es bien conocido el procedimiento para hacerlo. Usarán *StreamYard* (una herramienta para crear *streamings*) y la infraestructura de YouTube para alojar el evento.

Tercezar los servicios de producción de video será la opción escogida para este caso, y como lo han hecho antes, ya tienen un proveedor de confianza. Personas con experiencia en producción audiovisual irán a las oficinas y junto con el equipo de Ops de la empresa se encargarán de acondicionar los espacios para hacer las transmisiones.

Gestionar estos dos últimos puntos no será tu responsabilidad, pero deberás estar vigilante de que todo esté en orden.

Si bien la conferencia será gratuita, lo que se pensó desde la dirección de La Agencia es que se comercialice una *guía práctica para la construcción de marca personal* en formato de *e-book* o *whitepaper* con un precio de 15USD, disponible para ser comprada tanto por asistentes a la Conf como por público externo.

Para el gran día se espera que se haga un muy buen evento digital y asistan por lo menos 1.000 personas; que se puedan tener los datos de registro de quienes asistan; que se comercialice un producto que permita identificar si las personas están dispuestas a invertir en el asesoramiento de su marca personal; que se pueda levantar información para caracterizar usuarios B2C; y que se visibilice a La Agencia para más de 5.000 personas.

Información adicional

La Agencia tiene una cultura ágil y muy receptiva a cambios, pero casi un 50% del equipo se niega a ver un evento de esta magnitud realizado en tan poco tiempo.

Ya intentaste cuestionar las fechas propuestas y no fue posible tener un cambio. Quieren hacer una prueba y están lejos de buscar perfección, solo resultados.

Detalles logísticos

- Día reunión con tu líder: Mayo 1
- Días de la *WIM Conf*: Mayo 22 de 3 a 6pm / Mayo 23 de 3 a 6pm, hora local.

Tienes a toda la empresa a tu disposición para que atiendan requerimientos específicos que tengas para la realización del evento. Además, podrás tener a una sola persona con 100% de dedicación de tiempo para ayudarte a coordinar y ejecutar lo necesario. A continuación se describen algunas características de quienes podrías elegir:

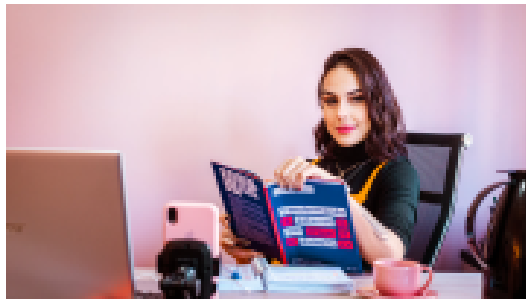
Miembros del equipo



Rosa: lleva un mes en la compañía, tiene poca experiencia pero es muy proactiva. Es su primer gran trabajo. Casi ninguna persona de la empresa conoce lo que hace. Es muy empática y en el pasado participó en varios eventos de comunidades tecnológicas.



Daniel: es uno de los empleados más antiguos y conoce a la perfección el funcionamiento de la compañía. Recientemente se incorporó al equipo. Su comunicación no es asertiva, pero siempre eficiente. No le ve sentido al negocio B2C.



Carolina: lleva un año y medio en la compañía. Tiene muy buena actitud pero le falta autonomía. Es asertiva y le encanta organizar eventos. Conoce bien los procesos de la organización pero, aunque tenga muy buena relación con los otros equipos casi no ha participado en proyectos que los involucrados.