



Suscríbete a nuestro Boletín

Para suscribirte a nuestro boletín sólo tienes que añadir tu correo electrónico. Recibirás un correo de confirmación.

E-mail

¡Suscribirme!

Ninguno de los presentes olvidará ni a RMG & Asociados ni a SpinMedia

RMG y Asociados y SpinMedia impartieron, al alimón, una conferencia de impacto

23/10/2013

Susana de Pablos. En marketing, las emociones son clave. Y elegir el congreso Manager Fórum como el lugar adecuado para experimentar con una intervención pública innovadora fue todo un éxito, sobre todo considerando que se trataba del público que había escogido asistir al auditorio dedicada a Marketing y Ventas.

Los asistentes se vieron sorprendido al ver cómo **Rafael Muñiz** (en Twitter, @Rafaelmunizg), director general de **RMG & Asociados**, interrumpía —nada más iniciar su discurso— al conferenciante que le precedía, **Julio Robles** (@juliorobleslez), director de Desarrollo de Negocio y Marketing de **SpinMedia**, cuya conferencia se titulaba *Ecosistema digital para vender*. Muñiz lo acusaba de pisarle, una vez más, su ponencia, esta vez titulada *Objetivo 2014: vender*.

A partir de ahí, ambos profesionales fueron hilando un discurso al alimón. Robles habló de los factores clave que una organización debe atender en su presencia en los entornos digitales, para obtener de ello la posición de identidad digital que favorezca la venta de sus productos o servicios. Muñiz, por su parte, definió las habilidades que caracterizan al vendedor del siglo XXI. Durante su representación, ambos estuvieron de acuerdo en la necesidad de contar con una visión estratégica del marketing y en que se precisa su reformulación constante, teniendo en cuenta los *inputs* del mercado.



Robles destacó en su alocución la importancia de los contenidos digitales, la base del denominado *inbound marketing*. Dijo que son como "el agua que riega la relación que se establece con el público en los canales *online*". Muñiz se refirió al método diseñado por su consultora: la hoja de ruta de RMG.

Un momento inolvidable

Poco a poco, el público asistente descubría que estaban presenciando una representación, una conferencia de impacto. Y así lo difundían vía Twitter, con el *hashtag* propuesto por Robles: #yovendotambién. Hubo a quien le "parecía vergonzoso que unos ponentes se pisaran a otros". Alguien manifestó: "Desde luego, nos han despertado, pero ha resultado desagradable". Y una oyente *tuiteó*: "Momento sálvame deluxe". Lo que parece evidente es que ninguno de los presentes olvidará ni a estos ponentes ni el nombre de sus empresas. El factor sorpresa es impactante.

Para seguimos en twitter: @diarioabierto <https://twitter.com/diarioabierto>Para seguimos en facebook: <http://www.facebook.com/diarioabierto>

¿Te ha parecido interesante?

(+2 puntos, 2 votos)

UN PENSAMIENTO EN "RMG Y ASOCIADOS Y SPINMEDIA IMPARTIERON, AL ALIMÓN, UNA CONFERENCIA DE IMPACTO"



Rafael Muñiz Gonzalez en 23/10/2013 en 11:43 dijo:

Creo que Susana ha sabido captar la esencia del mensaje que queríamos transmitir, mis felicitaciones no siempre se consiguen.

Responder ↓

Nombre:

E-mail:

Comentario:

Enviar

Aviso Legal

Esta es la opinión de los internautas, no de diarioabierto.es. No está permitido verter comentarios contrarios a la ley o injuriantes. Nos reservamos el derecho a eliminar los comentarios que consideremos fuera de tema. Su dirección de e-mail no será publicada ni usada con fines publicitarios.