



**Internet como herramienta
de atención al público y
difusión de actividades**

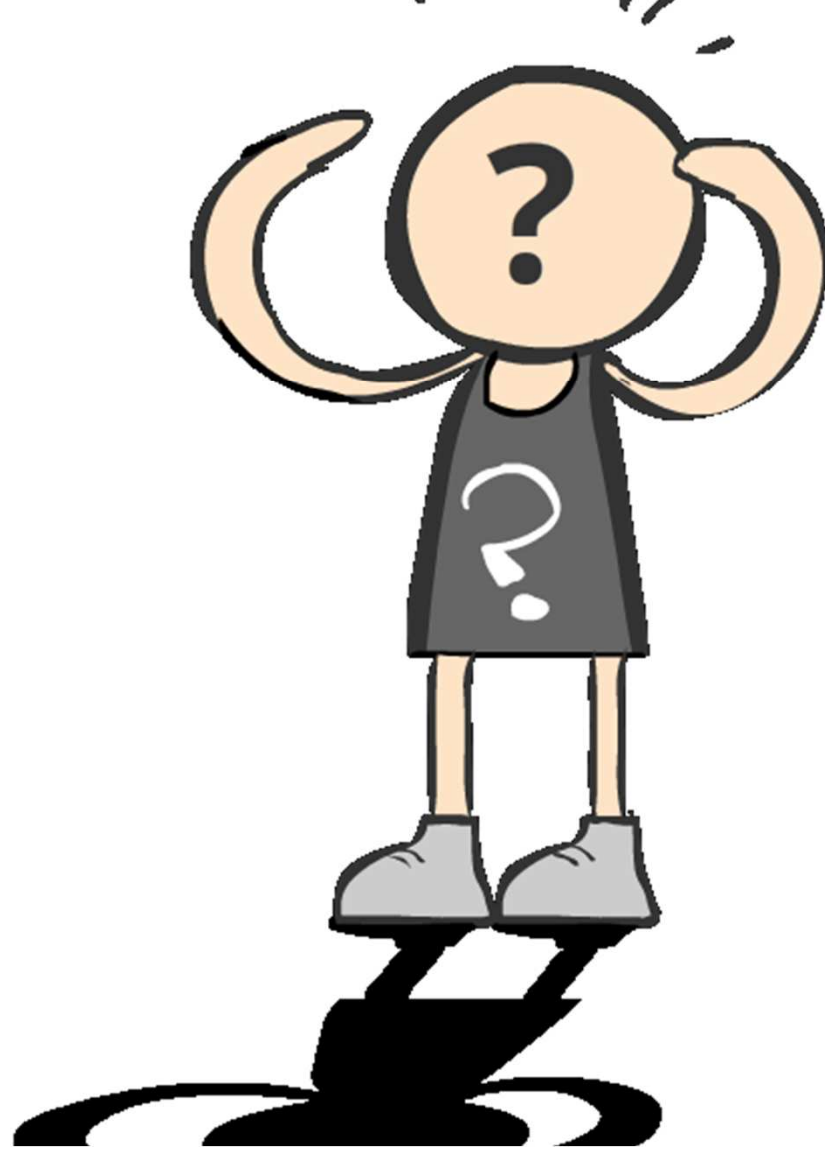
¿De que vamos a hablar?

- Comunicación en Internet
- Personas
- Imagen digital
- Canales de comunicación
- Estrategia de comunicación



Esta soy yo

...



¿Y tu quien eres?

¿Cómo te llamas y de donde vienes?

¿qué vendes?

¿a quién?

¿Entro yo en el perfil
de tu cliente?

¿Seguro?... ¿qué
sabes de mí?



Esta también soy yo

Caso Sojasun



Caso Sojasun

Marca especializada en productos de origen vegetal

¿Cómo es su publico objetivo?

Caso Sojasun

Marca especializada en productos de origen vegetal

¿Cómo es su publico objetivo?

Caso Sojasun

Elección de una embajadora de marca:
Samantha Vallejo-Nagera



Caso Sojasun

Esta embajadora publica su vida en redes sociales:



Caso Sojasun

Y también sus amigos famosos:



Miguel Abellán @miguelabellan · 3 h

Pocas veces me sentido mas feliz dando una vuelta al ruedo en una plaza toros..
Gracias hermanito @ColateNicolasVN ❤️



Caso SojaSun

Los clientes vegetarianos / veganos:

Me gusta · Responder · 13 · 2 h



Yamilé La Gallega Pues nada, tan sencillo como decirles ADIOS SOJASUN. A ustedes sólo les importa el dinero que gastó en vuestros productos. Y a mi el respeto hacia los animales. Vamos que no sois los únicos que venden productos naturales. Ala que os vaya de lujo. Ya me encargaré de subir la noticia a todas las redes sociales. 😊

Me gusta · Responder · 14 · 2 h



Elena Ali Desde que me hice vegetariana he consumido productos vuestros pero se acabo ya teneis por mi parte no solo una sino varios consumidores menos y no hablare precisamente bien de vosotros a partir de ahora ya que solo os importa llenaros los bolsillos con vuestra "embajadora de pacotilla" y nosotros que somos los que realmente consumimos y deberia importaros no os importa nada. Hasta nunca SojaSun.

Me gusta · Responder · 13 · 2 h · Editado



David Suzuhara Pueden respetar las opiniones individuales de cada uno, pero si su embajadora demuestra públicamente que no apoya su imagen de marca o el pensamiento de sus consumidores, la decisión correcta es cambiarla. Tal vez sea muy caro rescindir su contrato, pe... [Ver más](#)

Me gusta · Responder · 14 · 2 h



Maddi Guevara Habéis dejado muy claro que no estáis en contra del maltrato animal, y por lo tanto no voy a volver a consumir vuestros productos. Deberíais tener a una persona vegana como colaboradora.

Me gusta · Responder · 14 · 2 h



Maria D Corpas Bueno vosotros habeis elegido quedaros con Vallejo - Nájera supongo que el nombre tiene mucho peso no? pero de los consumidores tiene mas, hasta nunca !!

Me gusta · Responder · 14 · 2 h



Luis Garcia Sanz Claro muy lógico todo!!! Si no os hacéis responsables de lo que hacen vuestros embajadores esta claro que podéis poner de embajadores a terroritas, asesinos en serie o cualquier persona que pose con vuestros productos. Pues pensaba que era algo inconsc... [Ver más](#)

Caso SojaSun

Los clientes vegetarianos / veganos:

Me gusta · Responder · 13 · 2 h



Yamilé La Gallega Pues nada, tan sencillo como decirles ADIOS SOJASUN. A ustedes sólo les importa el dinero que gastó en vuestros productos. Y a mi el respeto hacia los animales. Vamos que no sois los únicos que venden productos naturales. Ala que os vaya de lujo. Ya me encargaré de subir la noticia a todas las redes sociales. 😊

Me gusta · Responder · 14 · 2 h



Elena Ali Desde que me hice vegetariana he consumido productos vuestros pero se acabo ya teneis por mi parte no solo una sino varios consumidores menos y no hablare precisamente bien de vosotros a partir de ahora ya que solo os importa llenaros los bolsillos con vuestra "embajadora de pacotilla" y nosotros que somos los que realmente consumimos y deberia importaros no os importa nada. Hasta nunca SojaSun.

Me gusta · Responder · 13 · 2 h · Editado



David Suzuhara Pueden respetar las opiniones individuales de cada uno, pero si su embajadora demuestra públicamente que no apoya su imagen de marca o el pensamiento de sus consumidores, la decisión correcta es cambiarla. Tal vez sea muy caro rescindir su contrato, pe... [Ver más](#)

Me gusta · Responder · 14 · 2 h



Maddi Guevara Habéis dejado muy claro que no estáis en contra del maltrato animal, y por lo tanto no voy a volver a consumir vuestros productos. Deberíais tener a una persona vegana como colaboradora.

Me gusta · Responder · 14 · 2 h



Maria D Corpas Bueno vosotros habeis elegido quedaros con Vallejo - Nájera supongo que el nombre tiene mucho peso no? pero de los consumidores tiene mas, hasta nunca !!

Me gusta · Responder · 14 · 2 h



Luis Garcia Sanz Claro muy lógico todo!!! Si no os hacéis responsables de lo que hacen vuestros embajadores esta claro que podéis poner de embajadores a terroritas, asesinos en serie o cualquier persona que pose con vuestros productos. Pues pensaba que era algo inconsc... [Ver más](#)

Caso Sojasun

as primeras respuestas:



Sojasun España

9 hrs · Edited · 

Buenas noches. Lamentamos profundamente todo esto. Gracias a todos por hacernos llegar vuestras opiniones. Mañana nos pronunciaremos públicamente.

[Unlike](#) · [Comment](#) · [Share](#)

Respuesta gerenal en el facebook de Sojasun

Caso Sojasun

Las primeras respuestas:



Paula González Hubiera sido genial elegir a una embajadora que no comiera animales y se burlara de los vegetarianos/veganos como hace esta señora en Masterchef. Teniendo en cuenta que somos parte de vuestro público objetivo, apreciaríamos mucho un cambio de imagen a una persona realmente preocupada por los animales que no se ponga ciega a jamón serrano en el programa de tv o haga casi todas sus recetas con animales en Canal Cocina. Un saludo.

Like · Reply · 10 · 16 June at 18:08



Sojasun España ¡Hola Paula! Gracias por comentar y darnos tu opinión. Samantha es nuestra embajadora pero no la única. Pronto podrás ver más, que esperamos te gusten. En cualquier caso e independientemente de la imagen, esperamos que nuestros productos 100% vegetales te gusten y te faciliten, gracias a la gran variedad, poder llevar la dieta que quieras 😊

Like · 16 June at 18:41



Nieves Sánchez Yo opino como Paula

Unlike · 4 · 22 June at 00:56



Paula González [https://www.facebook.com/.../a.153403.../494049134077076/...](https://www.facebook.com/.../a.153403.../494049134077076/)



Caso Sojasun

La respuesta de Samantha:



Samantha de España @SamySpain · 22 h

Pido disculpas a aquellos que se sintieron ofendidos por las fotos que publiqué ayer, no era mi intención molestar a nadie



18



40



Caso Sojasun

La respuesta oficial:



Sojasun España

2 h · 🌐

👍 Me gusta esta página

Hola a todos

En primer lugar, desde Sojasun España, y en consideración de la repercusión que ha tenido por esta vía la publicación de unas fotos por parte de nuestra embajadora Samantha Vallejo-Nájera, nos gustaría hacer las siguientes puntualizaciones:

En primer lugar, nos gustaría resaltar los valores por los que Samantha Vallejo-Nájera se convirtió en nuestra embajadora de marca, a saber, su compromiso con el fomento de una vida sana y saludable, su compromiso social y medioambiental y su capacidad para contribuir en la democratización del consumo de proteína vegetal en nuestra alimentación diaria de una forma sencilla.

En segundo lugar, queremos dejar claro que uno de nuestros principales valores como marca es la tolerancia con las opiniones y puntos de vista individuales. Es por ello que respetamos, independientemente de que compartamos o no, todas las opciones y comentarios que sobre este asunto se han vertido. En, este caso concreto Samantha Vallejo-Nájera es nuestra colaboradora, pero desde la marca no podemos controlar cada una de sus opiniones o publicaciones.

En tercer lugar, queremos recordar nuestro compromiso firme con nuestros valores, que son el respeto por el hombre y la naturaleza con la voluntad de ofrecer productos sanos y equilibrados al mayor número de personas que sea posible, y con nuestra misión de promover el consumo de proteínas vegetales como una solución de futuro a la alimentación diaria de todos.

Por todo ello, hemos valorado profundamente la situación tal y como nos habéis pedido y, como conclusión, no aprobamos la publicación de nuestra embajadora Samantha Vallejo-Nájera, pero sí valoramos su rectificación inmediata y la labor que ha venido desarrollando en los últimos meses.

Muchas gracias por todos vuestros comentarios

Caso Sojasun

marca , ya que estan perdiendo muchisimos clientes! Y feliz de no consumirlos mas y apoyarlos , ya que apoyan a esa señora que esta de acuerdo con el sufrimiento , una verguenza ambas partes.!!!

Me gusta · Responder ·  5 · 2 h

 **Anxo Álvarez** Aquí Samantha promoviendo una alimentación sana y saludable. Viva el vino!



Me gusta · Responder ·  15 · 2 h

↩ 2 respuestas · 1 h

 **Lauri Bennett** consumía sus hamburguesas y yogures muy a menudo pero después de esto tenéis una consumidora menos, y por supuesto no le recomendaré a nadie que consuma esta marca. Respeto y tolerancia con asesinos o que apoyan el asesinato 0. 

Me gusta · Responder ·  7 · 33 min · Editado

 **AU CF** Al igual que mis compañeros elimino vuestros productos hasta que reflexioneis y pongais como embajador@o a personas que realmente

Comunicación en Internet

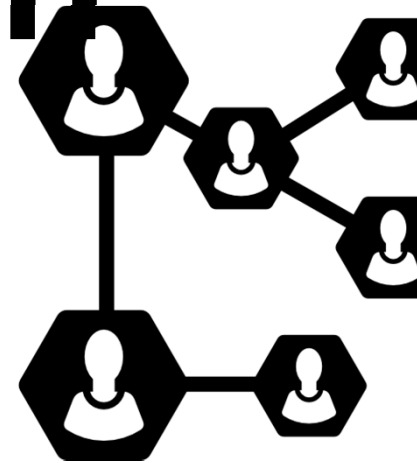


Manifiesto Cluetrain

“Los mercados son conversaciones”

95 tesis sobre el impacto de Internet en los
mercados (consumidores) como en las
organizaciones

Manifiesto Cluetrain



Los mercados son conversaciones

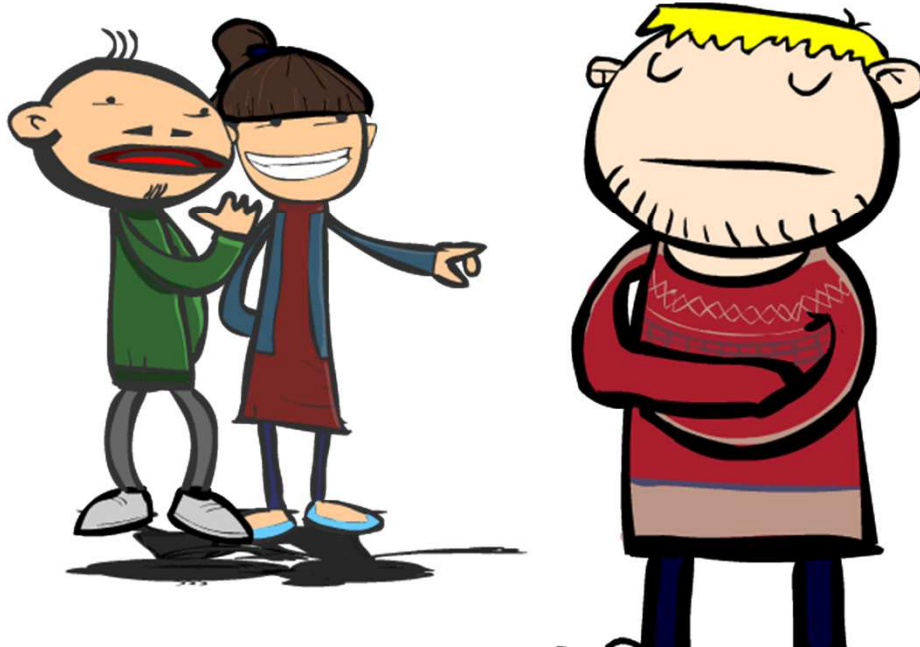
Los mercados consisten de seres humanos no de sectores demográficos

La Internet hace posible tener conversaciones entre seres humanos que simplemente eran imposibles en la era de los medios masivos de comunicación.

Manifiesto Cluetrain

Las personas que participan en estos mercados interconectados han descubierto que pueden obtener mucha mejor información y soporte entre si mismos que de los vendedores. Ya baste de la retórica corporativa acerca de añadir valor a productos de consumo general.

No hay secretos. El mercado en red sabe más que las empresas acerca de sus propios productos y ya sea que las noticias sean buenas o malas se las comunican a todo el mundo



Identidad digital

Manifiesto Cluetrain

Las corporaciones no hablan en la misma voz que estas conversaciones interconectadas. Para su “audiencia objetivo”, las compañías suenan huecas, opacas, literalmente inhumanas.

Las compañías que asumen que los mercados en línea son iguales a los mercados que ven sus anuncios por televisión, se engañan a sí mismas.

Las compañías necesitan bajar de su pedestal y hablarle a la gente con quien esperan establecer relaciones

Al usar un lenguaje que resulta distante, poco atractivo, arrogante, levantan muros que las distancian de sus mercados.

Los mercados inteligentes encontrarán proveedores que hablen su mismo lenguaje

Manifiesto Cluetrain

- Para hablar en una voz humana, las empresas deben compartir las preocupaciones de sus comunidades
- Pero primero, deben pertenecer a una comunidad
- Las comunidades humanas, se basan en el diálogo —conversaciones humanas acerca de inquietudes humanas

Manifiesto Cluetrain

Queremos tener acceso a tu información corporativa, a tus planes y estrategias a tus mejores ideas y a tu conocimiento genuino. No nos vamos a conformar con tus folletos a cuatro colores, o con tu Web sobrecargado de chucherías visuales pero con muy poca sustancia.

Como mercados y como trabajadores, nos preguntamos ¿por qué no escuchas Pareciera que hablas un idioma distinto.

El lenguaje inflado y pomposo que utilizas -- en la prensa, en tus conferencias -- ¿qué tiene que ver con nosotros?

Quizás impresiones a tus inversionistas. Tal vez impresiones a la bolsa de valores. No nos impresionas a nosotros.

Si no causas gran impresión en nosotros, tus inversionistas van a salir perdiendo. ¿Que no entienden esto? si lo entendieran, no te permitirían hablar en la forma que lo haces.

Manifiesto Cluetrain

Estás invitado, pero es nuestro mundo. Quitate los zapatos y déjalos junto a la puerta. Si quiere comerciar con nosotros, ¡baja de tu camello!

Somos inmunes a la publicidad. Olvídalo.

Si quieres que te dirijamos la palabra, dinos algo. Que sea algo interesante para variar.

También tenemos algunas ideas para tí: nuevas herramientas que necesitamos, algún mejor servicio. Cosas por las cuales estamos dispuestos a pagar. ¿Tienes un minuto?

¿Estas tan ocupado "haciendo negocios" que no puedes contestar nuestro correo electrónico? Por Dios, vaya, volveremos mas tarde. Tal vez

Cuando tenemos dudas, nos apoyamos en el resto de nosotros para aclararlas. Si no tuvieras control tan estricto sobre "tu gente" tal vez nos apoyaríamos en ellos también.

Cuando no estamos ocupados siendo tu "mercado objetivo", muchos de nosotros somos tu gente. Preferimos hablar con amigos en linea que estar viendo el reloj. Eso ayudaría a difundir tu nombre mejor que tu Web del millón de dólares. Pero tu dices que hablar con el mercado le corresponde al departamento de mercadotecnia.

¿qué vendes?

¿Que problema /
necesidad solucionas?

¿a quién?

¿Quién tiene ese tipo de problema / necesidad?

¿A quién le preocupa de verdad?

De esos ...

¿Quien está dispuesto/a a invertir para solucionar ese problema o necesidad?



MI cliente Ideal

Nombre:

Hombre o mujer:

Como se llama:

¿Qué edad tiene?:

¿En qué trabaja?:

¿Cuanto gana?:

¿Tiene familia?:

¿Donde vive?:

¿Cuales son sus aficiones?:

¿Qué le preocupa?:

¿Cual es su nivel tecnológico?

La estrategia:

1. Escucha activa e investigación
2. Fijar objetivos
3. Definir nuestro target
4. Elegir el canal
5. Definir acciones
6. Medir y optimizar



¡GRACIAS!

Susi Rodríguez
susi@elurnet.net