

Cauces de comunicación. Web 2.0.

The word "ideo" is rendered in a vibrant blue, 3D, rounded font. The letters are thick and have a slight shadow beneath them, giving them a three-dimensional appearance. The font is lowercase and has a playful, rounded character.

“Irrupción de la Web 2.0”

“Nuevo paradigma comunicacional”

Presentación



Agente de prensa.

- La finalidad en este modelo es la **difusión de información**.
- Se fundamenta en la **unidireccionalidad** de la comunicación.

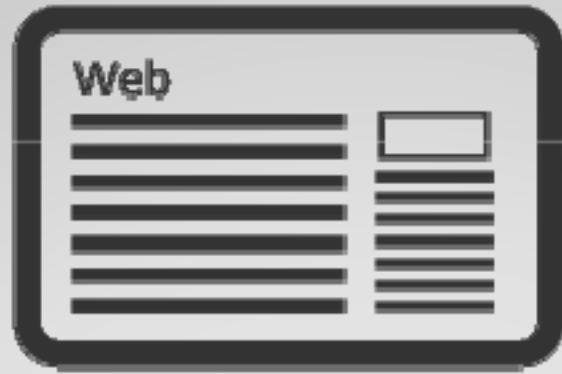
MODELOS DE COMUNICACIÓN

Modelo simétrico bidireccional.

- **La comunicación conduce al entendimiento.** La finalidad principal de la comunicación es facilitar la comprensión entre la gente y entre esta gente y otros sistemas como las organizaciones, públicos o grupos.
- **Igualdad.** Los individuos han de ser tratados como iguales y respetados como seres humanos.
- **Autonomía.** La gente es más innovadora, constructiva y está más satisfecha cuando goza de autonomía para influir con su propio comportamiento. La autonomía aumenta la satisfacción laboral dentro de la organización y la cooperación en el exterior.
- **Innovación.** Han de acentuarse las nuevas ideas.

MODELOS DE COMUNICACIÓN

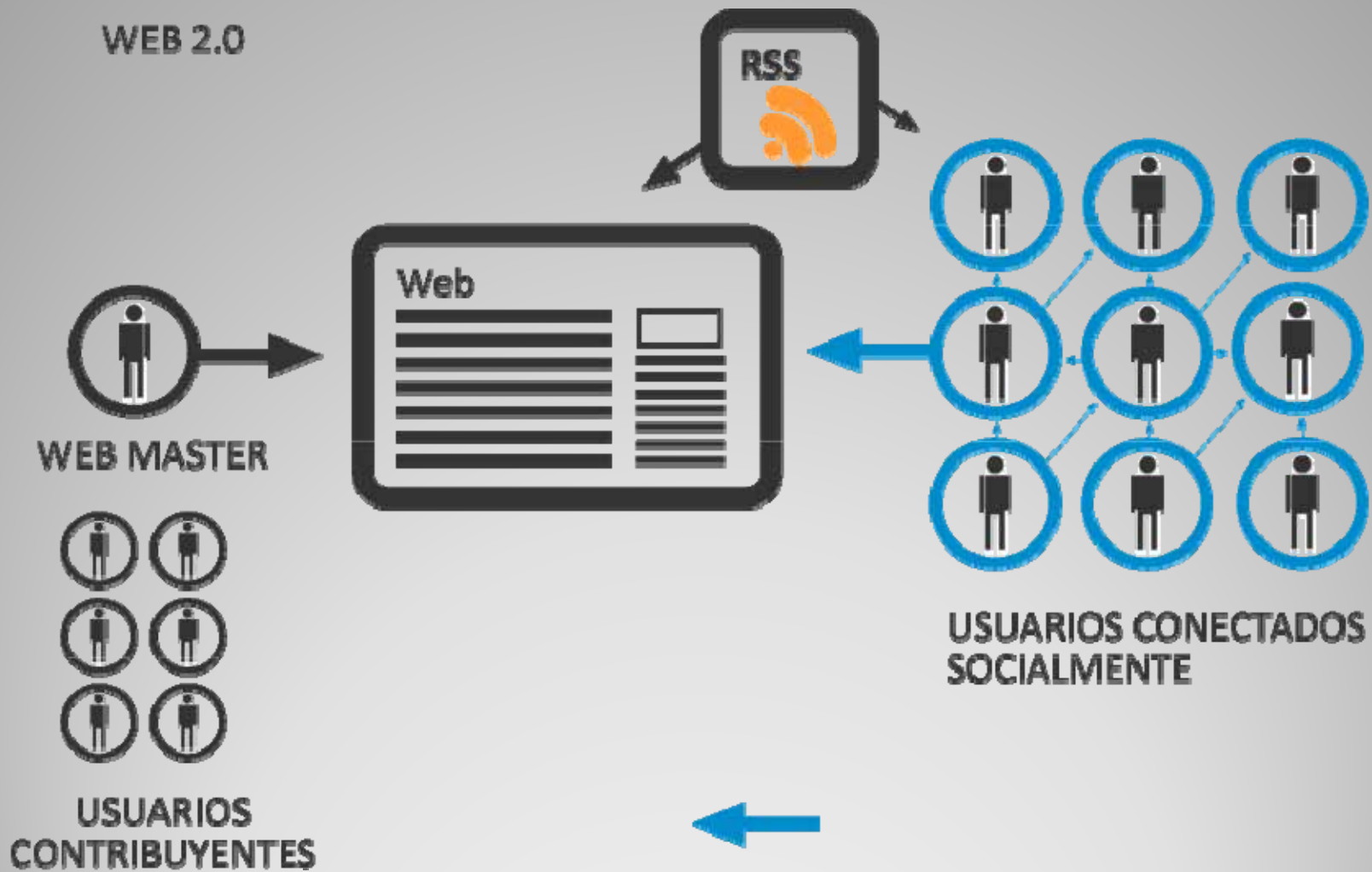
WEB 1.0



WEB MASTER

USUARIOS

WEB 2.0



Web 2.0 ¿Qué es?

Web 2.0

¿Tecnología?

- Xml
- Html
- Java
- CSS
- Php
- Ajax

¿Aplicaciones?





Web 2.0 design was designed by: www.ideo.com
All rights reserved. All trademarks and logos are the property of their respective owners.

Actitud

Ser 2.0, es algo tan sencillo como abrir la mente para saber compartir conocimientos y **entrar en la conversación que generan las redes sociales.**

WEB 2.0 EN LAS ASOCIACIONES

BLOG

- Un **blog**, o en español también una *bitácora*, es un sitio Web periódicamente actualizado que recopila **cronológicamente** textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.
- Habitualmente, en cada artículo de un blog, los lectores pueden **escribir sus comentarios** y el autor darles respuesta, de forma que es posible establecer **un diálogo**.
- www.comercioaragon.com

RAZONES PARA USAR UN BLOG CORPORATIVO

Un blog se convierte en un **espacio de referencia** de la empresa en escenarios online, que permite comunicar sus fortalezas, los atributos de sus productos y servicios y su experiencia en el dominio profesional.

RAZONES PARA USAR UN BLOG CORPORATIVO

Es **una plataforma para abrir conversaciones** sobre temas relevantes del sector, compartir noticias, conocimiento y contenidos de valor de la asociación

RAZONES PARA USAR UN BLOG CORPORATIVO

Lejos de la formalidad, los “aburridos” discursos corporativos, en un blog se desarrolla una conversación “real”. **Con voz humana, fresca y auténtica.** Es un espacio de construcción de confianza, transparencia y credibilidad.

RAZONES PARA USAR UN BLOG CORPORATIVO

En estas conversaciones, a través de comentarios y referencias, las asociaciones **obtienen un valioso feedback de clientes**. Brindando información de valor, genera interesantes espacios de comunidad y mantienen actualizados a sus clientes.

RAZONES PARA USAR UN BLOG CORPORATIVO



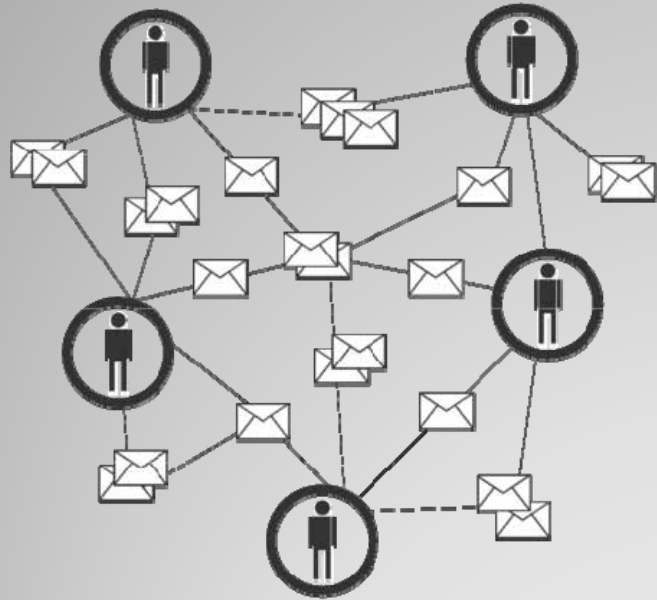
Un blog se convierte en un espacio para **construir identidad corporativa única, particular y diferente**. Fortalece el desarrollo de relaciones profesionales y es una manera de mantener conversaciones con todo el abanico de públicos de la asociación, como proveedores, inversores y los propios empleados.

RAZONES PARA USAR UN BLOG CORPORATIVO

Pueden utilizarse para **mejorar las comunicaciones internas y fortalecer la productividad de equipos de trabajo.**

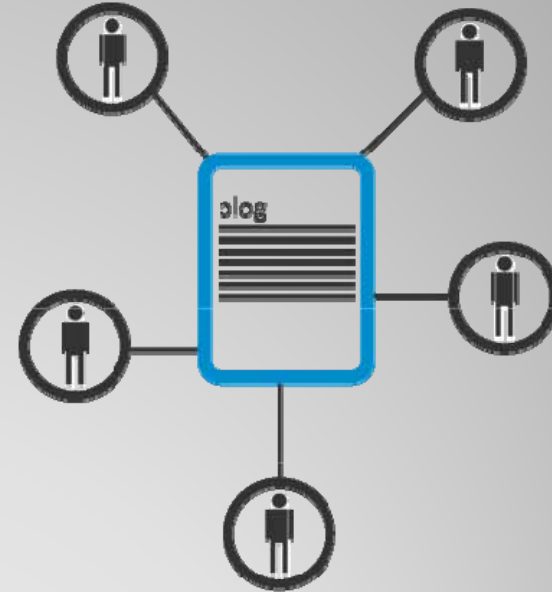
Eliminan los flujos de correo electrónico innecesarios y las interrupciones. Son ideales para trabajar en proyectos concretos.

RAZONES PARA USAR UN BLOG CORPORATIVO



Mail

Vs.



Blog

Un blog ayuda a **posicionarse en los buscadores** por los temas claves de la empresa. La condensación de contenidos sobre el tema de la actividad profesional nos permite convertirnos en referentes.

RAZONES PARA USAR UN BLOG CORPORATIVO

Es el escenario ideal para comunicar la visión de la empresa, sus compromisos, los proyectos y fundamentalmente sus valores.

RAZONES PARA USAR UN BLOG CORPORATIVO



FACEBOOK

Facebook es una herramienta social que **pone en contacto** a las personas con sus amigos y con otras personas que trabajan, estudian y viven cerca de ellos. La gente utiliza Facebook para mantenerse al día con sus amigos, subir un número ilimitado de fotos, compartir enlaces y vídeos, y aprender más sobre las personas que conocen.

Imaginarium

Nuestras tiendas | www.imaginarium.es | 902 214 215
Lunes a viernes, 9-22 h

¡Ya estoy en **facebook** !

Imaginarium ya tiene su página en Facebook.

Haz clic aquí:
www.imaginarium.es/facebook
o teclea el buscador Google: "Facebook Imaginarium".

Cada día os estaré contando cosas sobre mis aventuras y mis viajes,
la gente fantástica que he conocido y los abrazos que he repartido por
todo el mundo

¡Os espero a todos!

**VISÍTANOS Y
HAZTE FAN**

HERRAMIENTA PROFESIONAL

Muchos son los motivos del éxito: **interfaz sencilla** pero vistosa, **fácil configuración** y funcionamiento, **privacidad totalmente personalizada...**

ÉXITO

ideo

- **Muro:** un panel donde *escribir mensajes* a cualquiera de tu grupo de amigos. De hecho, la aplicación es tan rica que si incluyes un link en el mensaje, se detecta si el destino contiene alguna foto y se recupera una miniatura para mostrarla en un lateral.
- **MiniFeed:** la aplicación más útil en mi opinión, ya que te *avisa automáticamente* de cualquier evento que ocurra en tu red de amigos, como por ejemplo, cuando alguien te “pokea”, cuando escriben en tu Wall algún mensaje o incluso cuando un amigo sube nuevas fotos a su álbum.
- **Status:** al estilo de los programas de mensajería instantánea, el Status es totalmente personalizable e indica *qué estás haciendo o dónde te encuentras*.

FUNCIONALIDADES

Facebook pone a disposición de las **empresas** la posibilidad de crear páginas de empresa o de marca y otra serie de utilidades para gestionar esta “presencia profesional social”.

PÁGINAS DE EMPRESA FACEBOOK

¿Realmente es útil la presencia en Facebook para una asociación?

- **Audiencia:** 200 millones de usuarios, 6 millones de ellos en España.
- **Demografía:** Parece que las redes sociales son usadas mayoritariamente por los más jóvenes, pero lo cierto es que se está produciendo un “envejecimiento” de los usuarios, con crecimientos superiores en el rango de **25-34**.
- **Conversación:** Las marcas, las empresas que participan en Facebook están obligadas a utilizar la conversación como instrumento para relacionarse con sus usuarios.
- **Mensaje y utilidad:** Facebook aporta las herramientas necesarias para que las empresas puedan crear fácilmente un entorno comunicativo donde interactuar con sus usuarios y medir sus resultados. No existe el freno operativo de tener que construir un foro web, por ejemplo.