

101 Scool lanza el primer curso para imbuir a los CEOs sobre su uso y aplicaciones

Coaching digital en redes sociales para altos directivos

La escuela 101 Scool, especializada en formación en social media y marketing digital en España, acaba de lanzar el primer programa de Digital Coaching dirigido a directivos y CEO de compañías, con el objetivo de concienciar a los máximos responsables empresariales sobre la necesidad de integrar el uso de las redes sociales dentro de su estrategia corporativa.



Con este curso, 101 quiere llevar a las altas esferas directivas el conocimiento de los social media, el cual había quedado, hasta la fecha, circunscrito casi de manera exclusiva a mandos intermedios, preferiblemente perfiles de marketing, que ocupaban puestos de nueva creación como los community manager.

Sin embargo, la propia evolución de los social media, su auge y, por extensión, el poder que otorgan a los propios consumidores ha pillado por sorpresa a los CEO de las principales compañías, que no quieren quedarse fuera de juego y poner en peligro la reputación de sus empresas por no saber hablar el mismo lenguaje que sus públicos y moverse en sus canales: Facebook, Twitter y YouTube, principalmente.

Un coaching adaptado a su agenda

Por ello, **la escuela 101 Scool** ha diseñado un programa individual para estos altos directivos, adaptado a sus complicadas agendas, impartándose incluso en su propia sede, de manera que la falta de tiempo no sea excusa para ponerse al día sobre el nuevo entorno digital y comprender las ventajas estratégicas de utilizar las redes para el desarrollo de sus negocios.

De esta forma, analizarán el potencial de las redes como herramientas de comunicación y diálogo directo con sus consumidores, como canal de atención al

cliente e, incluso, como soporte para la realización de estudios de mercado en tiempo real. Asimismo podrán valorar el poder de estos medios a la hora de atajar una crisis o de transmitir una imagen de transparencia y cercanía.

Según el director general de 101, Gustavo Entrala, “altos directivos de empresas tan activas en las redes sociales como Coca-Cola han apostado ya por conocer toda la estrategia y planificación que encierra la comunicación en estos nuevos canales. En la actualidad, el 63% de los usuarios de Twitter recomienda productos y marcas, mientras que el muro de Facebook aumenta la intención de compra en torno a un 8%, según Nielsen”.

Sin embargo, a pesar de estos datos, 101 recuerda que por ejemplo ningún presidente del Ibex 35 dispone de una bitácora personal y que la mayoría carece de visibilidad en las redes sociales. Sólo Florentino Pérez (ACS) tiene perfil público en Facebook y utiliza Twitter pero desde su cargo como presidente del Real Madrid*.

Cuadro 1. Impacto Redes Sociales en cifras

- Más de 20 millones de españoles consultan sus perfiles sociales a diario.
- Facebook se ha convertido en el tercer site más visitado por los españoles y cuenta con más de 12 millones de usuarios.
- La página de seguidores de Zara en Facebook ha pasado de tener 1,7 millones de amigos a más de 7 millones.
- El 63% de los usuarios (frente al 14% de hace un año) recomienda productos a través de Twitter.
- Aparecer en el muro de Facebook aumenta la intención de compra de los consumidores en torno a un 8%
- Las cuatro palabras más buscadas por los españoles en Google durante 2010 fueron Social Media: Facebook, Twitter, Tuenti y YouTube.

Fuente: [Vídeo 101. ¿Son las redes sociales una moda, una tendencia, una revolución?](#)

* Datos procedentes del informe de Estudio de Comunicación sobre “Las compañías del Ibex en las redes sociales”.

101 es una agencia española especializada en el desarrollo de estrategias digitales y social media. Fundada hace casi una década, 101 pertenece a una nueva hornada de agencias creativas expertas en digitalizar marcas que, con un lenguaje nuevo, se caracterizan por saber vincular sus campañas a los objetivos directos de las compañías, desmarcándose de la filosofía de las grandes agencias internacionales. En la actualidad 101 trabaja en 13 mercados diferentes para marcas nacionales e internacionales como J&B Global, Guía Repsol, Páginas Amarillas, El Corte Inglés, Germinal, Fnac.es, Grupo Vocento o La Vaca que ríe. Pionera en formación en redes sociales, la agencia, a través de su escuela 101 Scool, actúa como termómetro de las nuevas tendencias, evangelizando a las compañías con el fin de configurar una estrategia global en medios y redes. Entre sus cursos, destacan Digital Coaching y Social Media Strategist. Más información en www.101.es.