
***Case study.* Takeaways from Mobile World Congress a CinkHaus**

PID_00243387

Gisela Gómez Casanovas

Temps mínim de dedicació recomanat: 3 hores



Índex

Introducció	5
1. Preproducció	9
1.1. Brífling	9
1.2. Idea i proposta d'acte	9
1.3. Socis de l'esdeveniment	10
1.4. A qui es dirigeix?	11
1.5. Elecció de l'espai	11
1.6. Elecció de la data	12
1.7. Els protagonistes de l'esdeveniment	12
1.7.1. Presentador	12
1.7.2. Ponents	13
2. Producció	14
2.1. Llistat de necessitats tècniques i de l'espai	14
2.2. Equip de producció	15
2.3. Pla de difusió	16
2.4. Cronograma de producció	18
2.5. Pressupost	19
2.6. Guió de l'esdeveniment	20
2.7. Cronograma de l'esdeveniment	20
3. Postproducció	23
4. Balanç	25
5. Annex: Fotografies	29
Bibliografia	31

Introducció

El ràpid creixement de les tecnologies digitals ha creat un nou escenari per a les empreses, que són conscients que han d'evolucionar en aquesta direcció. La repercussió de la tecnologia digital en els models de negoci i de gestió de les organitzacions –l'anomenada transformació digital– no abasta només canvis tecnològics com ara el comerç electrònic o les xarxes socials. Es tracta d'un canvi que convida a la reflexió estratègica i a la transformació integral de les organitzacions. En aquest marc se situa la companyia que protagonitza aquest cas, Cink Shaking Business, que planteja el seu posicionament com a especialista en la resolució de reptes estratègics d'innovació tecnològica, de prototipatge i de transformació digital per a les organitzacions. El seu singular espai CinkHaus, situat al centre de Barcelona, acull regularment simposis, tallers i conferències a l'entorn de la nova economia digital, l'ecosistema de la innovació, l'emprenedoria i les empreses emergents.

Font

Cink: <https://cink.es/blog/2015/10/20/transformacion-digital-como-pueden-adaptarse-las-companias/>

Font

Cink: <https://cink.es/blog/2016/05/26/impulsamos-el-num-24-de-la-revista-uno-sobre-transformacion-digital/>.



Font: <http://twitter.com/cinking>

Cink.

Innovación y Transformación Digital
de LLORENTE & CUENCA

Logotip de Cink Shaking Business

Font: <http://cink.es>

Regularment, realitza esdeveniments corporatius a l'espai CinkHaus amb els objectius següents:

1) Crear-se un posicionament a l'entorn de la nova economia digital i l'emprenedoria de Barcelona, i establir sinergies de col·laboració amb altres entitats del sector.

2) Donar a conèixer CinkHaus com a espai de transformació digital a la ciutat amb esdeveniments entre els quals destaquen «Creixement i Internacionalització de *startups*» o «Innovació i esport: *Wearables* i *apps* que revolucionen el sector».

3) La captació de clients. L'atracció de potencials clients es realitza dissenyant, per a cadascun dels seus actes, invitacions personalitzades a determinats sectors perquè coneguin Cink i els seus serveis.

Per a elaborar aquesta planificació, a l'inici de l'any, l'equip de Cink detecta temàtiques d'interès o esdeveniments de referència que puguin ser tractats en una sessió al seu espai, i esbossa un calendari anual d'esdeveniments.

El 2016, després de la celebració del Mobile World Congress a Barcelona, CinkHaus acollia l'esdeveniment «Takeaways from Mobile World Congress» amb l'objectiu de presentar al públic els aprenentatges més destacats del congrés. L'acte va aconseguir la més alta notorietat per a la companyia i destacava entre la resta d'esdeveniments que se celebraven en aquell espai. Què va portar la companyia a seleccionar aquest esdeveniment? Quina va ser la clau d'aquest èxit? Aquestes i altres qüestions les respondrem a continuació.

Per què es va escollir el Mobile World Congress?

Mobile World Capital és una iniciativa tant pública com privada que promou la construcció d'una societat millor a través de la transformació tecnològica. El seu pilar fonamental és el GSMA-Mobile World Congress, l'esdeveniment més important del món en l'àmbit de la telefonia mòbil, que reuneix en el recinte Gran Via de Fira de Barcelona les principals empreses i professionals del sector de les telecomunicacions mòbils. Des de l'any 2006 la ciutat comtal acull l'esdeveniment, i es transforma durant quatre dies, una vegada a l'any, en el principal aparador de la tecnologia mòbil al món.

Una fira que destaca no només per ser el punt de trobada on es decideix el futur d'aquest sector, sinó també pel seu impacte econòmic i turístic, que repercuteix en la ciutat i en el conjunt del país. Al seu costat, al recinte de Montjuïc de la Fira de Barcelona, s'organitza, a més, la trobada emergent per a emprenedors 4 Years From Now (4YFN), impulsada conjuntament per Mobile World Capital Barcelona i l'associació que representa els interessos dels operadors mòbils mundials, GSM Association (GSMA).

En la seva edició de 2016, «més de 100.000 professionals –incloent-hi 4.500 executius d'empreses del sector de tot el món– van conèixer les últimes innovacions en solucions mòbils, presentades en més de 2.200 expositors internacionals. I 3.800 periodistes i analistes de tot el món van cobrir l'esdeveniment». L'impacte del congrés en l'economia local es va estimar en «més de 460 milions d'euros i va contribuir a la creació de 13.000 llocs de treball».

Font

GSMA (<http://www.gsma.photos/mwc2016>) i Mobile World Capital Barcelona (<http://mobileworldcapital.com/es/mobile-world-congress/>).

Fotos propietat de GSMA



Font: <http://gsma.zenfolio.com/mwc2016>

Veient el gran impacte d'aquesta trobada, la companyia va considerar-la idònia per a realitzar un esdeveniment corporatiu en el seu espai de transformació digital; d'aquesta manera, aprofitava la repercussió del congrés per al seu posicionament. A continuació, a través de les fases de preproducció, producció i postproducció, descriurem com es va arribar a realitzar l'esdeveniment.

1. Preproducció

Tot seguit es llisten els elements de preproducció que van ser necessaris per a definir l'esdeveniment.

1.1. Brífling

Després de la repercussió del MWC i 4YFN, la companyia Cink Shaking Business inclou en la seva planificació anual d'esdeveniments al seu espai Cinkhaus una trobada oberta al públic a propòsit dels aprenentatges presentats en la trobada de telefonia mòbil. L'objectiu és donar a conèixer al públic en general les últimes tendències exposades i, alhora, acomplir tots els objectius de les sessions corporatives en el seu espai, exposats ja en l'apartat «Introducció».

1.2. Idea i proposta d'acte

«Takeaways from Mobile World Congress» va ser un esdeveniment corporatiu amb una durada aproximada de dues hores i un format de taula rodona en què es van debatre les tendències i els aprenentatges del congrés MWC i de la trobada 4YFN. Es van convidar a participar-hi representants de grans companyies que destaquen per la seva implicació en l'entorn digital, perquè exposessin com han apostat, dins la seva organització i des de la innovació i la transformació digital, per les plataformes mòbils. Els ponents van poder compartir amb el públic alguns casos d'èxit, i també els principals desafiaments o metes que afronten.

La trobada es va obrir al públic general, encara que es van realitzar invitacions personalitzades a clients o possibles clients, que veurem detalladament en l'apartat 1.7. «Els protagonistes de l'esdeveniment».

En l'àrea de Comunicació Corporativa existeix un espai de desenvolupament de coneixement la funció del qual és la producció d'estudis o informes sobre innovació digital. Es va pensar que l'esdeveniment podia ser un bon escenari no només per a compartir aprenentatges, sinó també per a presentar a les grans companyies un estudi elaborat per l'empresa sobre els reptes de la mobilitat –entesa com la creació de solucions de tecnologia mòbil gràcies a l'auge de dispositius mòbils com ara tauletes tàctils i telèfons intel·ligents–, i donar-ne a conèixer les conclusions al públic i als ponents. D'aquesta manera, es posava en valor el contingut editorial que Cink elabora, i es posicionava la companyia davant els líders del sector. Durant l'acte, els assistents podien descarregar o consultar l'estudi a través de la pàgina web corporativa.

BCN
01
MAR
16



El ADN de la revolución móvil

Principales cambios que están asumiendo las grandes corporaciones en el ámbito de la Movilidad y la Transformación Digital

En el año 2020, el número de personas que tendrán un dispositivo móvil, alrededor de cinco mil cuatrocientos millones, será mayor que el de personas con acceso a la electricidad o al agua potable. Estos son los datos que barajan desde CISCO y que evidencian la Transformación Social que la Movilidad ha originado en nuestras vidas, y en nuestros hábitos de consumo. En este contexto, España se sitúa como líder europeo en la penetración de "smartphones", diez puntos por encima de la media, evidenciando el gran reto al que han de hacer frente las organizaciones bajo la denominada Transformación Digital y sobre todo el escenario de oportunidades que se dibuja en el horizonte, donde el cliente se sitúa en el centro de esta revolución.

Amazon, empresa referente en Transformación Digital para un 90% de las empresas encuestadas

Con la intención de conocer de primera mano la realidad que envuelve la economía digital, desde Cink hemos contactado con 50 compañías entre las que se encuentran empresas de la talla de El Corte Inglés, Liberty Seguros, Caser o Gas Natural, con la intención de conocer más de cerca sus experiencias en torno a cómo la Movilidad está significando un factor de aceleración de la Transformación Digital de sus negocios.

de Transformación Digital. Mientras algunos inciden en cómo esta "Transformación" ayuda a impulsar el negocio, utilizando los avances tecnológicos para cambiar las relaciones con los clientes, los procesos internos y las propuestas de valor, otros, resaltan el papel que la Transformación Digital juega en el desarrollo de nuevas herramientas que acercan a las empresas al cliente o viceversa.

Ante esta realidad, las grandes compañías han sabido leer la oportunidad que se les presenta, ya sea como "fuente de inspiración" o como necesidad a un cambio que puede marcar la diferencia respecto a la competencia.

En esta línea, destaca el caso de empresas líderes en retail que han invertido en innovación, e-commerce y canal móvil ante la presión de competidores digitales como Amazon. El resultado: nuevas apps móviles, servicios más personalizados o la apuesta por promociones específicas como Black Friday. En este contexto, precisamente Amazon y su apuesta por la



Font: Cink Shaking Business. Estudi elaborat per Cink dels reptes de mobilitat de les grans companyies, «L'ADN de la revolució mòbil».

1.3. Socis de l'esdeveniment

Per a la producció de l'esdeveniment, es van buscar sinergies de col·laboració amb altres entitats. Es va comptar amb el clúster Barcelona Tech City, que agrupa les empreses del món tecnològic a la ciutat comtal, ja que, entre les empreses associades, inclou Mobile World Capital (responsable de l'organització del congrés MWC).

L'elecció d'aquesta associació com a soci responia a la cerca d'un ens influent en el sector de la innovació tecnològica i la telefonia mòbil, proper a l'organització del MWC i que permetés arribar al públic desitjat i als referents de l'economia digital de Barcelona. La seva funció en l'esdeveniment va consistir a recolzar el procés de difusió de la convocatòria mitjançant els seus canals i, alhora, a fer de nexa en la invitació d'alguns assistents o ponents.

1.4. A qui es dirigeix?

Com s'ha comentat anteriorment, l'acte estava obert al públic general i per a accedir-hi no calia invitació. Malgrat això, es van realitzar un conjunt d'invitacions a perfils concrets, definits per l'organització, entre els quals figuren:

- a) Clients o empreses amb els quals s'havia col·laborat en el passat i que podien tenir interès en l'esdeveniment.
- b) Potencials clients d'interès, principalment responsables d'innovació, tecnologia, comunicació i màrqueting de grans companyies.
- c) Professionals afins a la temàtica agrupats en les bases de dades internes segons les etiquetes «emprenedors», «innovació», «tecnologia» o «empreses emergents».
- d) Representants de les empreses entrevistades durant l'elaboració de l'estudi de l'ús de la tecnologia mòbil (mobilitat).
- e) Assistents a esdeveniments anteriors de CinkHaus.

1.5. Elecció de l'espai

L'acte va tenir lloc a l'espai de transformació digital CinkHaus, situat al centre de Barcelona i de propietat de l'empresa, motiu pel qual no va suposar cap cost addicional –més enllà d'un increment de consum en electricitat i aigua durant la seva celebració.

CinkHaus és un espai pensat per a acollir esdeveniments com ara tallers, conferències o taules rodones. Les seves característiques tècniques són:

a) So:

- Altaveus de 400 W
- Taula de mesclades
- Micròfons sense fils

b) Il·luminació:

- Llum indirecta a la zona d'exposicions amb halògens petits
- Lluerna natural gràcies a les trapes del sostre
- Llums de sostre d'alta capacitat no regulables

c) Audiovisual:

- Pantalla de gran format de televisió de plasma

- Pantalla Elèctrica Celexon Home Cinema de 200 x 200 cm
- Espai de paret blanca de 2 x 3 m on es poden projectar grans imatges
- Projector Epson EHTw4 HD Ready

d) Connectivitat:

L'espai té:

- Línia de fibra òptica 100/10 MB
- Línia ADSL 20/2 MB complementària

e) Capacitat per a acollir:

- 150 persones dempeus
- 50 persones assegudes

f) Altres elements de l'espai:

- Tòtems decoratius
- Taules de pissarra on es pot escriure
- Elements de relaxació (pilotes de fitnes i pufs)

1.6. Elecció de la data

La data, l'1 de març del 2016, es va escollir pels motius següents:

- a) Proximitat amb la celebració del congrés MWC (del 22 al 25 de febrer del 2016).
- b) S'esqueia entre dimarts, dimecres i dijous, dies en què es programen els esdeveniments oberts al públic que se celebren a CinkHaus, atesa la major capacitat de convocatòria i la plena disponibilitat dels professionals de l'empresa.
- c) Consens d'agendes entre el presentador (CEO i fundador de l'empresa) i la resta de ponents.

1.7. Els protagonistes de l'esdeveniment

1.7.1. Presentador

Es va comptar amb la figura d'un presentador-moderador encarregat d'introduir la sessió, conduir l'esdeveniment, moderar les intervencions dels ponents i, a més, presentar l'estudi corporatiu i les conclusions a propòsit dels reptes de la tecnologia mòbil.

Per a desenvolupar aquest rol, es va escollir el CEO i fundador de Cink Shaking Business. N'exposem els motius a continuació:

- a) La seva preparació professional com a expert de referència en el segment d'empreses tecnològiques i d'innovació.
- b) El fet de destacar la seva figura permetia el creixement de la seva pròpia marca com a persona de referència en l'ecosistema digital, un dels objectius que perseguia la comunicació corporativa de l'empresa.
- c) Permetia la creació de sinergies amb els convidats com a possibles clients, i reforçava el paper de Cink en l'esdeveniment.

1.7.2. Ponents

Els ponents convidats a la trobada per a parlar en la taula rodona sobre els aprenentatges del congrés MWC i 4YFN van ser:

- Aleix Valls, CEO del Mobile World Capital Barcelona
- Quim Cardona, director de negoci digital del Futbol Club Barcelona (FCB)
- Álvaro Sanmartín, director de l'expansió de negoci a Europa d'Udacity
- Iván Miguel, director de desenvolupament de negoci d'ImaginBank

Aquests professionals van ser els escollits, ja que es pretenia convocar perfils potents i de referència en diferents àmbits, que captessin l'atenció del públic. Així doncs, l'elecció respon als objectius següents:

- a) Comptar amb un representant de l'organització del MWC i 4YFN.
- b) Que l'organització tingués notorietat en l'àmbit de la innovació digital i el desenvolupament de contingut mòbil.
- c) Que hi participés una empresa emergent en representació del 4YFN que, endemés, fos pionera en la formació en línia com a plataforma MOOC (les sigles en anglès de *Massive Open Online Course*, que fan referència als cursos per Internet dirigits a un nombre ampli de participants, segons el principi d'educació oberta i massiva).
- d) Que hi fos present una organització que recentment hagués estrenat una aplicació de pagament amb dispositius mòbils. Es considerava interessant conèixer-ne el cas i, a més, es tractava d'una entitat de rellevància en innovació digital del sector bancari (conegut com a *fintech*).

2. Producció

A continuació, es descriuen els elements de producció que es van tenir en compte per a l'execució de l'esdeveniment.

2.1. Llistat de necessitats tècniques i de l'espai

Van ser necessaris els elements següents:

- Cadires, vora seixanta. A les cinquanta cadires de l'espai, se n'hi van afegir unes deu.
- Dos micròfons inclosos a la sala; un per al presentador i un altre per als ponents o per a donar la paraula al públic.
- Una pantalla.
- Un projector per a projectar la imatge corporativa de l'esdeveniment durant la sessió.
- Sistema de so per a la música d'ambient i per a l'audició dels micròfons.
- Servei de càterin. Contractació d'un esmorzar informal per a unes seixanta persones.
- Material gràfic. L'equip de disseny de la companyia va elaborar un cartell de la trobada que serviria tant per a difondre'l en la convocatòria (s'inclouria en els correus electrònics i les xarxes socials) com per a projectar-lo en el decurs de l'esdeveniment, durant les presentacions dels ponents.

Cink.
Innovació y Transformación Digital
de LORENTE & CUENCA

1 DE MARZO A LAS 10H
#CinkHaus
C/Girona, 22, Bajos,
Barcelona

Takeaways from Mobile World Congress

La Movilidad en el entorno de la Transformación Digital

Presenta:
Sergio Cortés
Fundador de CINK y Socio de LlyC

Ponentes invitados:

Aleix Valls CEO Mobile World Capital Barcelona	Quim Cardona Head of Digital Business FC Barcelona	Álvaro Sanmartín European Growth Dir. Udacity	Àngels Valls Directora de ventas de imaginbank
---	---	--	---

Entidades colaboradoras:

BARCELONA TECH CITY | LORENTE & CUENCA | www.comunicacion.com | www.cinkhaus.com

Font: Cink Shaking Business

2.2. Equip de producció

Les persones involucrades en l'esdeveniment –en el conjunt de totes les fases– i les seves comeses van ser les següents:

a) Coordinadora de l'esdeveniment. Funcions:

- Definició de l'esdeveniment en coordinació amb la direcció general
- Invitacions
- Definició i disseny del programa
- Coordinació de l'equip i validació de materials
- Elaboració dels pressupostos
- Preparació de l'espai
- Acompanyament dels ponents i assistència durant l'esdeveniment
- Elaboració del brífig i del guió

b) Productora de l'esdeveniment. Funcions:

- Contacte amb ponents
- Contractació de serveis externs
- Enviament de correus electrònics
- Actualització de les bases de dades
- Difusió de la convocatòria
- Preparació de l'espai
- Realització de l'escaleta i del guió de l'esdeveniment

c) Persona de suport de comunicació. Funcions:

- Convocatòria a les xarxes socials i altres plataformes digitals
- Retransmissió i moderació en directe en xarxes socials
- Fotografies durant l'esdeveniment (amb el suport de tot l'equip)
- Redacció d'articles sobre l'esdeveniment
- Actualització de material comercial (dossiers)

d) Dissenyadora gràfica. Funció:

- Elaboració i adaptació dels materials gràfics (cartell i imatge)

e) Tècnic de sistemes de so de la sala. Funció:

- Persona de suport per a la resolució de problemes tècnics de la sala durant el decurs de l'esdeveniment

f) Administració i finances. Funció.

- Realització dels pagaments i els cobraments de les factures

g) Moderador de l'esdeveniment

- Presentació i moderació de l'esdeveniment
- Acompanyament dels ponents durant l'esdeveniment
- Presentació de l'estudi

2.3. Pla de difusió

Per a fer la convocatòria de la trobada i amb l'objectiu d'arribar al màxim nombre possible de persones dins del públic definit anteriorment, es va elaborar un pla de difusió amb missatges concrets. Els principals mitjans o plataformes en què es va centrar la convocatòria van ser nínxols molt concrets en:

a) Xarxes socials:

- Des dels de la companyia (Cink), utilitzant esments a les companyies i als perfils convidats.
- Detectant i esmentant persones influents en el sector.
- Grups de professionals en la xarxa social LinkedIn.

b) Agendes digitals on es publiquen esdeveniments de temàtica similar.

c) Fòrums sobre la temàtica.

d) Invitacions per correu electrònic a partir de la base de dades del públic definit anteriorment.

e) Plataforma de xarxes socials que permet crear grups de persones que tenen interessos comuns, i difondre trobades. Va ser el principal canal que es va utilitzar i que més força va tenir en la fase de convocatòria, ja que va permetre comptabilitzar els assistents i va ajudar a crear una comunitat en la xarxa entorn de CinkHaus.

#Cinkhaus, Digital Handmade Factory in Barcelona

Inicio Miembros Fotos Conversaciones Más **¡Únete!**

Cink.
Iniciativa de Transformación Digital de la UCCM de la UB

Barcelona, España
Fundado el 11 de feb de 2015

Cinkers 523
Meetups pasados 8
Nuestro calendario

Organizador:
#Cinkhaus
Contacto

Temas:
Hacer contactos profesionales - Espíritu empresarial - Análisis de negocios - Comercio electrónico - Marketing digital - Estrategia empresarial - Creatividad - Pensamiento creativo - Creadores - Impresión en 3D - Narrativa - Emprendedores - Startups - Innovación en los negocios - Seguridad en la nube

#Cinkhaus es un espacio de transformación digital único, ubicado en el centro de la ciudad de Barcelona (C/Girona, 52), en el que cada mes realizamos todo tipo de actividades, workshops, conferencias, talleres... alrededor del ecosistema de innovación, la emprendeduría y la nueva economía digital. Únete a nuestro grupo Meetup y disfruta de nuestra agenda de eventos. ¡Bienvenido a #Cinkhaus!

Únete
Únete y te avisaremos cuando se programen nuevos Meetups.

¿Es miembro alguno de tus amigos?
Inicia sesión con Facebook para descubrirlo
Al crear una cuenta de Meetup confirmas que aceptas nuestras Condiciones de uso

Meetups recientes

28 de junio - 19:00
THINK OUTSIDE THE BOX
33 Cinkers | ★★★★★ | 4 fotos
Pensar fuera del frasco es posible ¿Sabes cómo? El próximo 28 de junio, a las 19h, abriremos las puertas de #CinkHaus para el evento "THINK OUTSIDE THE BOX, cómo las... [MÁS INFORMACIÓN](#)

1 de marzo - 10:00
Takeaways from Mobile World Congress
42 Cinkers | ★★★★★ | 8 fotos
¿Qué tendencias marcarán el futuro de los negocios en el ámbito de la Movilidad y Transformación Digital? ¿Cuáles son las principales novedades presentadas en el Mobile... [MÁS INFORMACIÓN](#)

Novedades

MÁS

■ NUEVO MIEMBRO
Mara Giselle Ruiz K. se ha unido
Hace 4 días

Font: Meetup. Perfil de la companyia Cink Shaking Business de la plataforma Meetup

Tenint en compte el tipus de públic a què es volia arribar, es va desestimar l'elaboració d'un pla de difusió a mitjans de comunicació.

No obstant això, és fonamental seguir una estratègia digital per a la retransmissió d'un esdeveniment.

En les xarxes socials, l'ús d'una etiqueta (conjunt de caràcters sense espais precedits d'un coixinet que agrupa una conversa o temàtica) en permet la difusió sense límits i en temps real, i l'agrupació del contingut en una temàtica.

Les etiquetes #MWC16 i #CinkHaus es van utilitzar en la retransmissió 2.0 de l'esdeveniment, principalment a Twitter, però també a Facebook i Instagram. Gràcies a això, el públic podia contribuir-hi amb la publicació de missatges que, al mateix temps, posava a l'abast d'altres usuaris.

Malgrat això, no es va considerar necessari crear una etiqueta exclusiva per a la trobada, ja que tan sols té sentit en esdeveniments de gran format en què preveiem que es generarà una gran quantitat de missatges, o bé en trobades que es repeteixen periòdicament.

Exemple de piulada relacionada amb la trobada utilitzant-ne les etiquetes.



Font: <https://twitter.com/cinking/status/704588437836398592>

2.4. Cronograma de producció

A continuació, s'inclou el cronograma de producció que es va seguir per a l'esdeveniment.

Data	Concepte	
15/01/2016	Presentació del pla anual d'esdeveniments de CinkHaus.	L'equip elabora una proposta d'esdeveniments destacats o temàtiques d'interès que poden ser motiu d'un esdeveniment corporatiu.
29/01/2016	Validació de la proposta amb la direcció i elaboració del briefing.	Es presenta la proposta a la direcció de l'empresa i se selecciona el Mobile World Congress com un esdeveniment que compleix els objectius de CinkHaus.
05/02/2016	Elaboració del programa i contacte amb els ponents	Es defineix l'estructura de l'esdeveniment i les empreses/ponents que en formaran part. Proposta de col·laboració amb els ponents.
09/02/2016	Elaboració del guió i del cronograma	Es defineixen les principals parts i elements de l'acte. Se cerca informació sobre les empreses i el congrés per a preparar el guió.
11/02/2016	Elaboració de materials gràfics	L'equip de disseny prepara el cartell i la imatge de l'acte.

Data	Concepte	
12/02/2016	Convocatòria	S'elabora una base de dades amb els principals mitjans on es realitzarà la convocatòria i les invitacions personalitzades.
17/02/2016	Gestió amb els proveïdors	Després de demanar diversos pressupostos, la coordinadora contracta el servei de càtering per a l'esmorzar i un vídeo sobre el <i>making of</i> de l'esdeveniment a una productora.
25/02/2016	Tancament de confirmacions d'assistència	L'equip fa recompte de les confirmacions rebudes en els diferents canals. Es concreta l'estimació de persones per a la contractació del càtering i per a la capacitat de la sala.
01/03/2016	Realització de l'esdeveniment	Es prepara l'espai, es realitzen proves de so i del projector, i es reben els assistents i els ponents. Es fan fotografies i es difonen missatges a les xarxes socials tal com està establert en l'estratègia digital de CinkHaus.
03/03/2016	Elaboració dels articles sobre l'esdeveniment i difusió	Es redacta un article resum per al blog corporatiu i per a la intranet corporativa. Difusió a les xarxes socials.
08/04/2016	Balanç mensual de xarxes socials	Comunicació fa una anàlisi mensual de l'impacte a les xarxes dels esdeveniments de CinkHaus. Elaboració d'un informe intern de xarxes socials.

2.5. Pressupost

Tot seguit es mostren els costos que va generar l'esdeveniment. Cal destacar que són mínims ja que tant el personal com el lloguer de la sala formaven part de l'empresa i no van representar un cost addicional.

Concepte	Cost
Lloguer de la sala	A càrrec de l'empresa
Personal	A càrrec de l'empresa
Elaboració de materials de difusió	A càrrec de l'empresa
Plataforma Meetup per a la difusió de l'esdeveniment	50 € (subscripció trimestral)
Càtering: esmorzar per a 60 persones	350 €
Vídeo resum de l'esdeveniment	400 €
Total	800 €

2.6. Guió de l'esdeveniment

A continuació, s'inclou el guió que es va elaborar per a estructurar l'esdeveniment.

Guió

10.00 h – 10.10 h. Benvinguda i presentació (Durada 10')

10.10 h – 10.40 h. Takeaways from MWC i 4YFN (Durada 30')

10.40 h – 11.20 h. La Mobilitat en l'àmbit de la Transformació Digital (Durada 40')

- Bloc 1: Presentació del treball en col·laboració «Movilidad y Transformación Digital» per part del CEO i fundador de Cink (Durada 10')
- Bloc 2: «Cómo la Movilidad está ayudando a innovar a las empresas en el ámbito digital. What's trend» (Durada 30')

11.20 h – 11.30 h. Torn de preguntes i tancament (Durada 10')

11.45 h – 12 h. Pausa cafè i treball en xarxa (Durada 15')

2.7. Cronograma de l'esdeveniment

Vegem detalladament els elements de l'estructura de la trobada en el cronograma següent, que conté les tasques que s'hi realitzen:

9.45 h – Obertura de portes a CinkHaus. Rebuda dels assistents.

10.00 h – 10.10 h Benvinguda i presentació (10')

Benvinguda i presentació per part del presentador. A les xarxes socials, benvinguda i fotografia de la sala.

Mobile World Capital Barcelona

És una iniciativa pública i privada que promou la transformació digital de la societat amb l'objectiu de millorar la qualitat de vida de les persones. Entre les seves línies d'actuació, destaquen la capacitat digital, amb projectes com *mSchools*; la transformació digital, amb iniciatives com *mLiving* o *mHealth*; i la innovació digital, amb esdeveniments com 4YFN i mVenturesBcn (acceleradora).

Futbol Club Barcelona

L'aposta del Futbol Club Barcelona pel desenvolupament d'aplicacions mòbils és una realitat que prové d'iniciatives com *fcbaapps.cat*, un portal en què els desenvolupadors d'aplicacions presenten els seus projectes relacionats amb el món del futbol i del Barça.

El Club, en col·laboració amb Bdigital, va desenvolupar aquesta iniciativa.

Udacity

Són pioners en l'educació en línia. L'empresa va ser fundada per David Stavens, Mike Sokolsky i Sebastian Thrun. Thrun va ser el fundador i responsable de la divisió Google X i vicepresident del gegant Mountain View. Va ser també professor de *Computer Science* a Stanford University. Gràcies als cursos d'Udacity, pots aprendre programació bàsica, avançada i desenvolupament web en un període de sis mesos, i adquirir les habilitats més demandades, ja que reps formació de professionals de primer nivell.

ImaginBank

ImaginBank va sortir al mercat el passat mes de gener del 2016, i va sorgir com una aposta de l'entitat per a fidelitzar els clients joves de CaixaBank, i oferir noves solucions a la població en general. Els clients poden descarregar-se'n l'aplicació, i tenen al seu abast la gestió completa de les seves finances i el seguiment continu de la seva economia personal (elaboració de pressupostos, control i classificació de despeses, arxiu de rebuts domiciliats, etc.).

L'atenció al client, 24 hores al dia, està disponible via telèfon, a través de Twitter i WhatsApp; i l'aplicació per a Facebook d'ImaginBank també permet a l'usuari de consultar el seu compte. A més, el nou banc incorpora innovadors mètodes de pagament, com CaixaBank Pay, per a mòbils amb NFC, polseres portables, targeta Visa sense contacte, que s'adhereix al mòbil, o una targeta virtual que s'allotja en l'aplicació.

10.10 h – 10.40 h. Takeaways from MWC i 4YFN (30')

El CEO i fundador de Cink, i el directiu del MWC faran un repàs de les novetats, les tendències i els nous reptes plantejats en el MWC 2016.

Posteriorment, se cedirà la paraula a la resta de convidats perquè participin en la taula rodona. Es recordarà que tots els comentaris o piulades sobre l'esdeveniment han d'incloure les etiquetes #CinkHaus i #MWC16.

10.40 h – 11.20 h. La Mobilitat en l'àmbit de la Transformació Digital (40')

Aquest apartat s'estructura en dos blocs:

- Bloc 1: Presentació del treball en col·laboració «Movilidad y Transformación Digital», per part del CEO i fundador de Cink (10')
Es presentaran les principals conclusions a què s'ha arribat en l'estudi realitzat per Cink gràcies a la col·laboració de cinquanta empreses. S'esmentarà que l'estudi està disponible en la web de l'empresa, i a les xarxes socials es facilitarà un enllaç per a descarregar-lo.
- Bloc 2: «Cómo la Movilidad está ayudando a innovar a las empresas en el ámbito digital. What's trend» (30')

En aquest bloc proposarem als convidats que expliquin les seves experiències en l'àmbit de la mobilitat, els casos d'èxit i els propers reptes.

En les xarxes socials, es farà un seguiment de les principals aportacions amb les etiquetes.

11.20 h – 11.30 h. Torn de preguntes i tancament de la taula rodona (10')

11.45 h – 12 h. Pausa cafè i treball en xarxa (15')

Espai obert perquè els assistents i ponents puguin compartir impressions tot prenent un cafè.

3. Postproducció

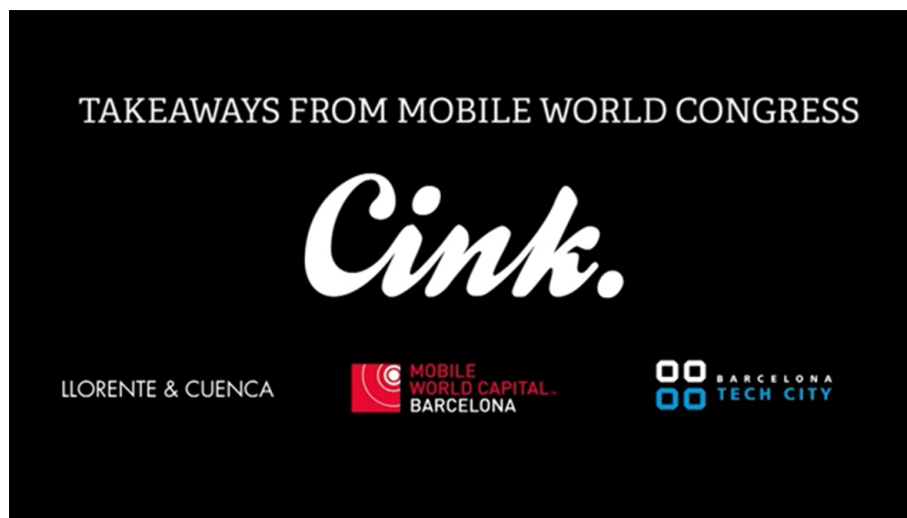
Un cop va acabar l'esdeveniment, es van realitzar les accions següents per a difondre'l:

a) Elaboració d'un vídeo *making-of*

Es va encarregar a una productora externa l'elaboració d'un vídeo sobre l'esdeveniment amb les característiques següents:

- De durada curta i que fos amè.
- Que permetés tenir una visió general de l'esdeveniment.
- Que contingués una breu entrevista amb els ponents i el presentador.
- Que contingués imatges de l'espai i l'ambient general.
- Que pogués utilitzar-se amb finalitats comercials o de promoció per a la companyia i/o els ponents.

Cink Shaking Business.



Takeaways from Mobile World Congress 16



Vídeo complet en: <https://youtu.be/nQVihpSlq5g>

b) Elaboració d'articles corporatius

Es va elaborar un article d'àmbit tant informatiu com promocional per a la web intranet corporativa, dirigit a tots els treballadors del grup empresarial, que, al seu torn, van difondre'l pels canals de xarxes socials de la companyia.

Article sobre l'esdeveniment en la pàgina web de Cink



HOME CLIENTES PRESSROOM NEWS BLOG CONTACTO



Takeaways del Mobile World Congress '16 en #CinkHaus

Tras el paso de [más de 100.000 personas](#) y [2.000 empresas](#) por esta edición del [Mobile World Congress](#)— el congreso mundial en telefonía móvil celebrado en Barcelona— y más de 12.000 en el [4YFN](#)— el emergente encuentro en torno al ecosistema de Startups y emprendedores, en [#CinkHaus](#) en colaboración con [Barcelona Tech City](#) albergamos un encuentro donde debatir sobre los [learnings](#) más destacados que nos dejó este gran evento.

Para hablar sobre las principales novedades presentadas en el [MWC](#) y [4YFN](#) invitamos a nuestro espacio de transformación digital a [Aleix Valls](#)—CEO del [Mobile World Capital Barcelona](#)—, [Quim Cardona](#)— Head of Digital Business del [Fútbol Club Barcelona](#)—, [Álvaro Sanmartín](#)— European Growth Dir. de [Udacity](#)— e [Iván Miguel](#)—Director de desarrollo de negocio de [ImaginBank](#).

Los retos de movilidad y transformación digital de las compañías

Coincidiendo con la celebración del congreso, en Cink elaboramos un estudio que complementa las conclusiones de las ponencias. Contactamos con 50 compañías, entre las

Font: cink.es

c) Actualització de materials comercials de Cink

Es va completar el dossier d'esdeveniments de CinkHaus amb informació i imatges d'aquest esdeveniment. L'objectiu era utilitzar-lo com a material comercial per a futurs clients.

d) Enviament de correus electrònics als assistents

Es va enviar un correu electrònic d'agraïment als registrats a l'esdeveniment en què s'incloua un enllaç a la notícia corporativa i al vídeo del *making-of*.

Buscar

CinkTank



Categorías

Cink news

Cink Tank

Cinkers

CinkHaus

Otros

Prototyping

Startup Ecosystem

Startup Teams

Transformación Digital

CinkNews

4. Balanç

L'esdeveniment va tenir una repercussió positiva per a la companyia i va complir els objectius establerts prèviament.

En primer lloc, es van aconseguir els objectius d'assistència. De fet, es va sobrepassar l'estimació de públic i van caldre més cadires per a poder acollir tots els assistents. El perfil del públic assistent va ser el definit prèviament, ja que molts van respondre a les invitacions personalitzades i, per tant, l'impacte en aquests perfils també va ser positiu per a Cink.

En segon lloc, d'acord amb els objectius corporatius esmentats en la introducció del cas, es va posicionar l'empresa com a coneixedora i difusora del MWC i 4YFN; d'aquesta manera, va aconseguir millorar el seu posicionament en les temàtiques d'innovació digital, tecnologia i ecosistema d'empreses emergents. Mostra d'això és l'allau de missatges que va tenir l'esdeveniment a Twitter i l'impacte en el perfil de la companyia en aquesta mateixa xarxa social. A continuació, destaquem alguns dels missatges d'interès:

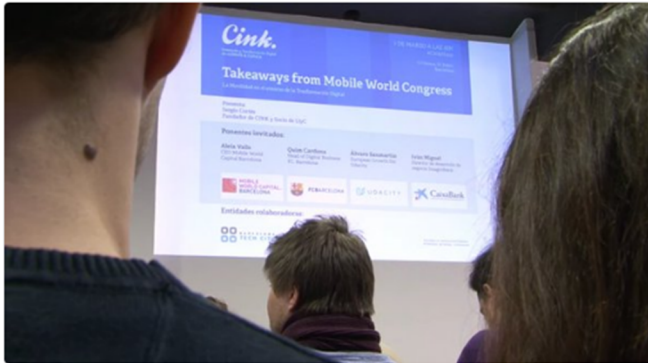
- Barcelona Tech City (3.400 seguidors) va publicar en la seva pàgina una notícia sobre l'esdeveniment.
- Els canals de Mobile World Capital es van fer ressò de l'esdeveniment (39.000 seguidors).

 **Mobile World Capital** @MWCcapital · 3 mar.
Conclusiones de la transformación digital en #CinkHaus: #MWC16 y #4YFN
mwc.in/1Skv6yE



1 10 4

 **Mobile World Capital** @MWCcapital · 15 mar.
#CinkHaus video summary of @GSMAGSMACongress #MWC16 & #4YFN @cinking
@aleixvalls mwc.in/1M4kUsY



1 3

Font: twitter.com/mwcapital

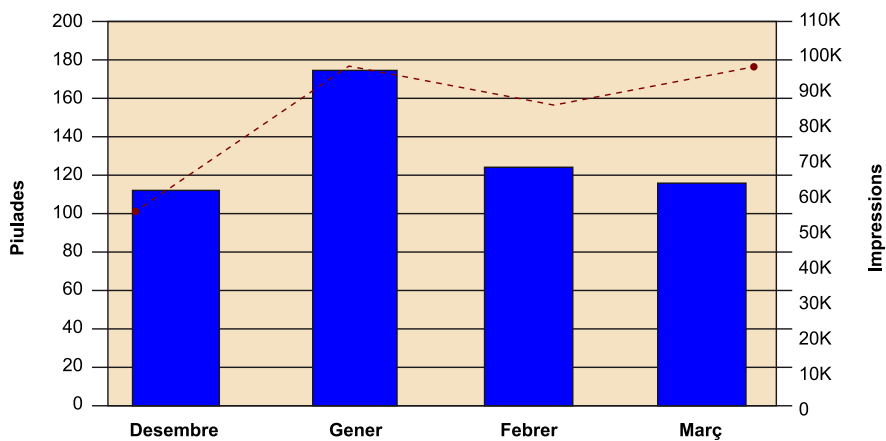
- La gran participació del públic en la conversa de Twitter amb l'etiqueta #CinkHaus.



Font: <http://twitter.com>

En tercer lloc, com a esdeveniment corporatiu, va afavorir que es donessin a conèixer les activitats i els serveis de Cink, i va incrementar la notorietat de la companyia en les xarxes socials. En el gràfic següent es mostra la relació entre la quantitat de piulades emeses per Cink Shaking Business (amb el seu usuari @cinking) durant els mesos de desembre a març del 2016, amb l'impacte que van tenir en la xarxa social. S'hi observa com el conjunt de missatges emesos durant el mes de març, quan es va celebrar l'esdeveniment, van arribar a un nombre més alt de persones que no pas els que es van emetre en altres mesos. Dit d'una altra manera, les piulades de març van tenir més impressions a Twitter.

Relació entre el nombre de piulades publicades i les impressions obtingudes per mes.



* Les impressions tendeixen a l'alça independentment de si la quantitat de publicacions també augmenta.

Font: Informe corporatiu d'impacte en xarxes socials, Cink Shaking Business (document intern)

En quart lloc, a nivell de producció, es va comptar amb un alt nivell de ponents i empreses en la taula rodona, cosa que va contribuir, en gran mesura, a l'èxit de l'acte. No obstant això, el contacte i el tancament de la participació dels ponents va ser el major repte a què es va enfrontar l'organització, sobretot després d'un gran esdeveniment com el MWC i 4YFN.

Finalment, i no menys important, es va aconseguir crear un espai de treball en xarxa amb el públic, que va permetre establir llaços comercials a llarg termini i aconseguir nous clients per als serveis de Cink. Després de la celebració de Takeaways from Mobile World Congress, van organitzar-se altres esdeveniments corporatius entorn de la nova economia digital.

5. Annex: Fotografies



Font: Cink Shaking Business

Bibliografia

Web

<http://www.cink.es/>

<https://cink.es/blog/2015/10/20/transformacion-digital-como-pueden-adaptarse-las-companias/>

<https://cink.es/blog/2016/05/26/impulsamos-el-num-24-de-la-revista-uno-sobre-transformacion-digital/>

<http://www.ecommercetechbcn.com/ca/>

<http://gsma.zenfolio.com/mwc2016>

Mitjans de comunicació social

<https://meetup.com/cinkhaus>

<https://twitter.com/cinking/>

<https://twitter.com/search?q=%23CinkHaus%20MWC&src=typd>

<https://twitter.com/mwcapital>

<https://twitter.com/bcntechcity>

<https://facebook.com/cinkshakingbusiness>

<http://www.slideshare.net/cink/el-adn-de-la-revolucin-mvil?ref=https://cink.es/blog/2016/03/02/takeaways-del-mobile-world-congress-2016-en-cinkhaus/>

<https://youtube.com/cinkshakingbusiness>

Altres

Àrea de Comunicació de Cink Shaking Business (març, 2016). «Informe corporatiu d'impacte en xarxes socials» (document intern).

