

ORBEA

**Contacto con el cliente/usuario
a través de la red social**



Sumario

1- Presentación ORBEA

2- Proyecto Siglo XXI

3- Redes Sociales

4- Miedos y Retos

5- Ejemplos prácticos

1- Presentación ORBEA

Marca europea de referencia mundial en la prestación de servicios y/o soluciones para un usuario final amante de las actividades al aire libre en torno a la bicicleta

“Las personas somos ORBEA”



1-1- ORBEA en datos

| | |
|------------|---------------|
| Sales | €70m |
| Exports | 70% |
| Output | 250,000 units |
| Workforce | 270 |
| Net profit | 5% |

1-2- Plantas ORBEA

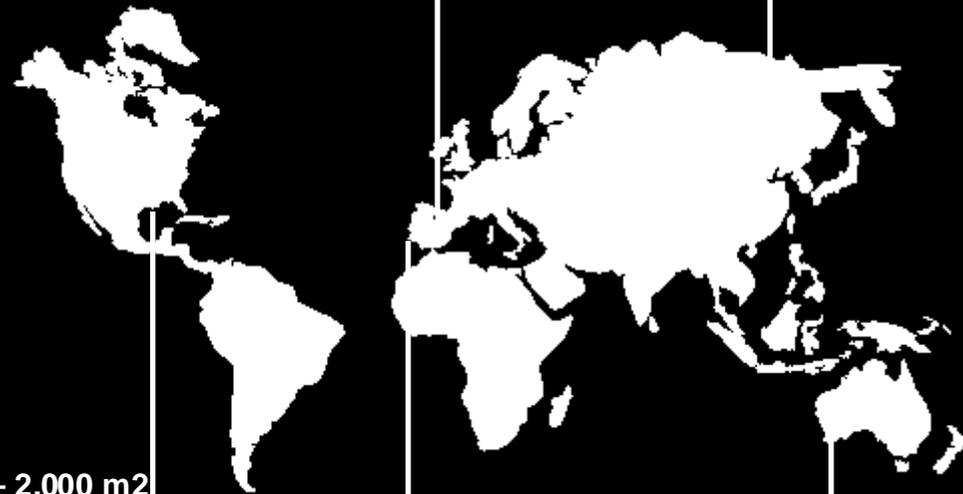
Orbea China 2007 Kunshan – 10.000 m²

Orbea Mallabia – 10.000 m²

Orbea USA 2002 Arkansas – 2.000 m²

Lusorbea 2002 Oporto – 5.000 m²

Orbea Australia 2005 Melbourne – 500 m²



1-3- Presencia ORBEA

Oficinas Comerciales

Inglaterra

Alemania

Francia

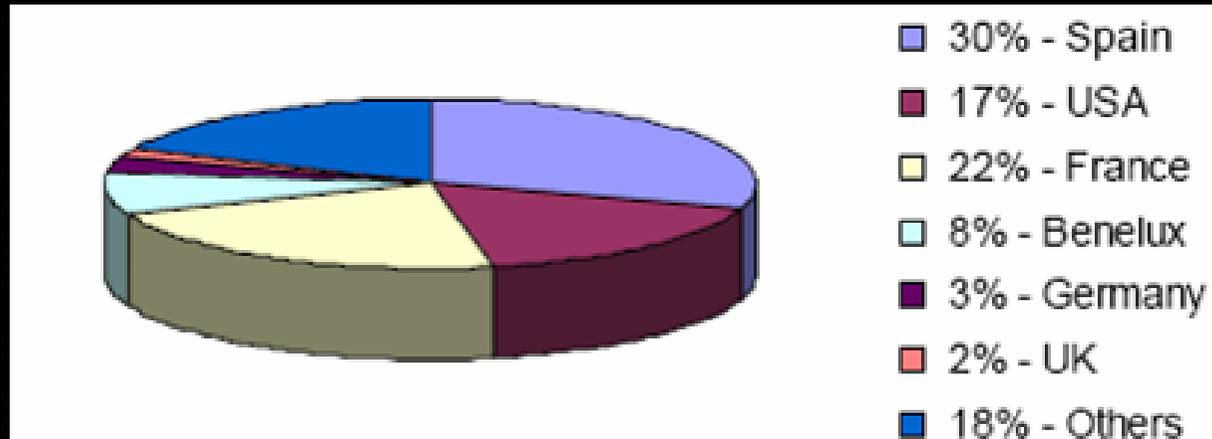
Italia

Distribuidores / Importadores

Más de 60 países



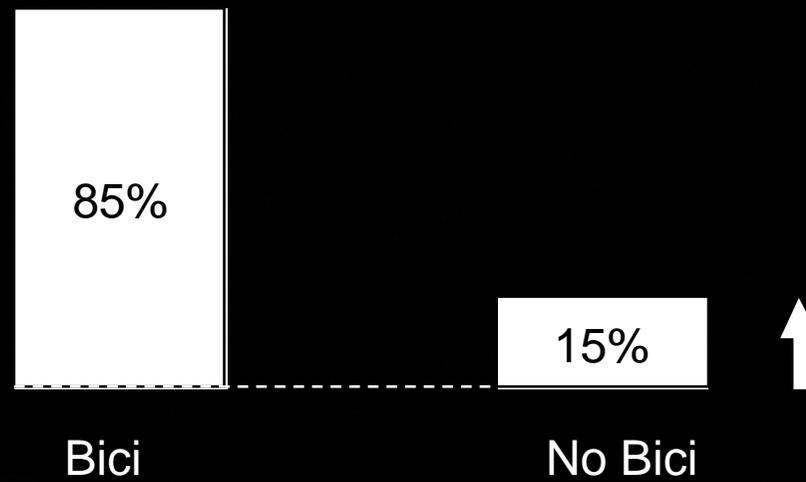
1-3- Presencia ORBEA



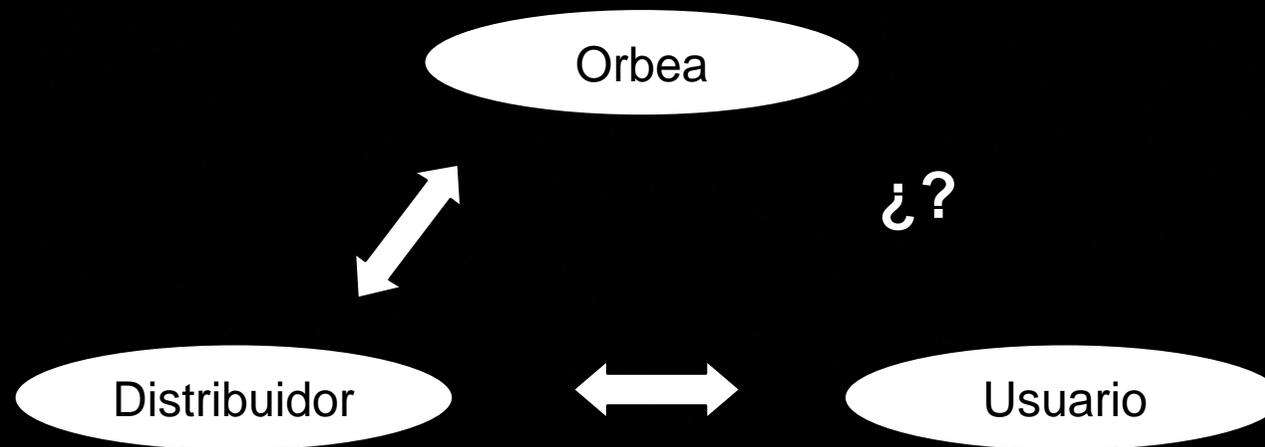
1-4- Productos ORBEA



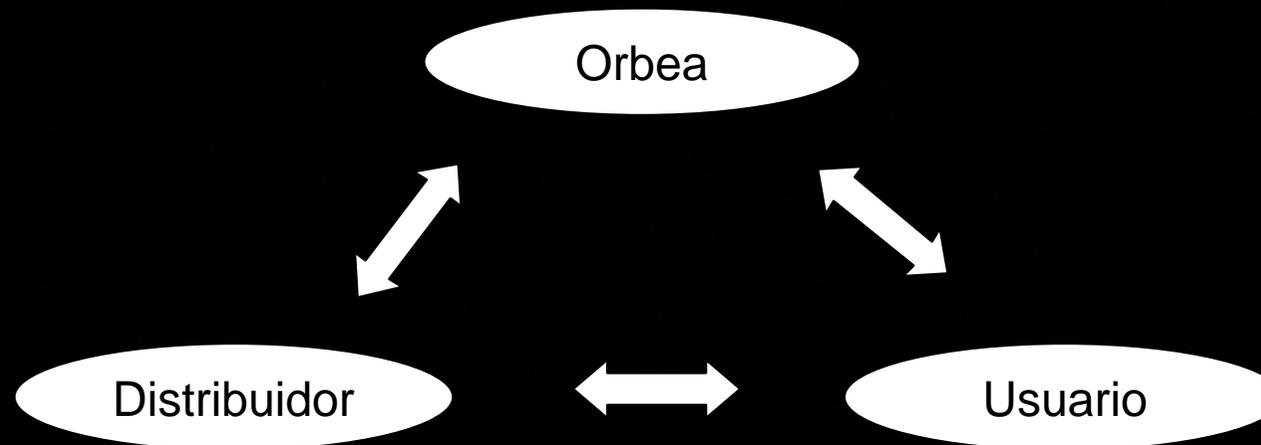
1-5- Facturación por productos



2- Proyecto Siglo XXI



2- Proyecto Siglo XXI



Integrar al usuario en la organización

Transparencia hacia el usuario

Transferencia del conocimiento

2-1- Conversar con el usuario

Orbea le llega al usuario a través de canales tradicionales

- Distribuidor
- Publicidad en revistas
- Ferias
- Eventos
- Catálogo
- Catálogo web

Conversación Unidireccional

Orbea => Usuario

2-1- Conversar con el usuario

Conversación con el usuario a través de métodos tradicionales

- SAT
- Atención al cliente
- Eventos
- Ferias

Conversación Bidireccional

Orbea <=> Usuario

2-1- Conversar con el usuario

Conversación entre usuarios a través de métodos tradicionales

- Eventos
- Ferias

Conversación Bidireccional

Usuario \Leftrightarrow Usuario

2-1- Conversar con el usuario

Conversación entre usuarios en web

- Blogs
- Comunidades
- Twitter
-

Conversación Bidireccional

Usuario \Leftrightarrow Usuario

Orbea no participaba en estas conversaciones

3- Redes Sociales

Orbea quiere participar y crear conversaciones con el usuario en los canales en los que ya se están dando conversaciones.

Plan Orbea redes sociales



3-1- Mapa redes sociales

| | Difundir | Escuchar | Conversar | Co-Crear |
|--------------|--------------|----------|-----------|----------|
| Facebook | | | | |
| LinkedIn | | | | |
| Youtube | | | | |
| Blogosfera | | | | |
| Lector Feeds | internamente | | | |
| Comunidades | | | | |
| Wiki | internamente | | | |
| Twitter | | | | |
| Flicker | | | | |

3-1- Mapa redes sociales

- FACEBOOK

Orbea Bicycles
Orbea Racing Team
Eline

- Youtube

Orbea Bicycles
Orbea Racing Team

- Twitter

Orbea Bicycles
Eline



3-2- Mapa WEB

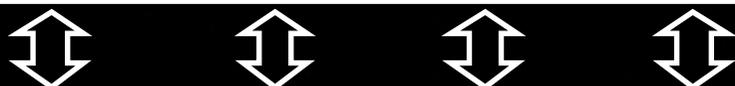
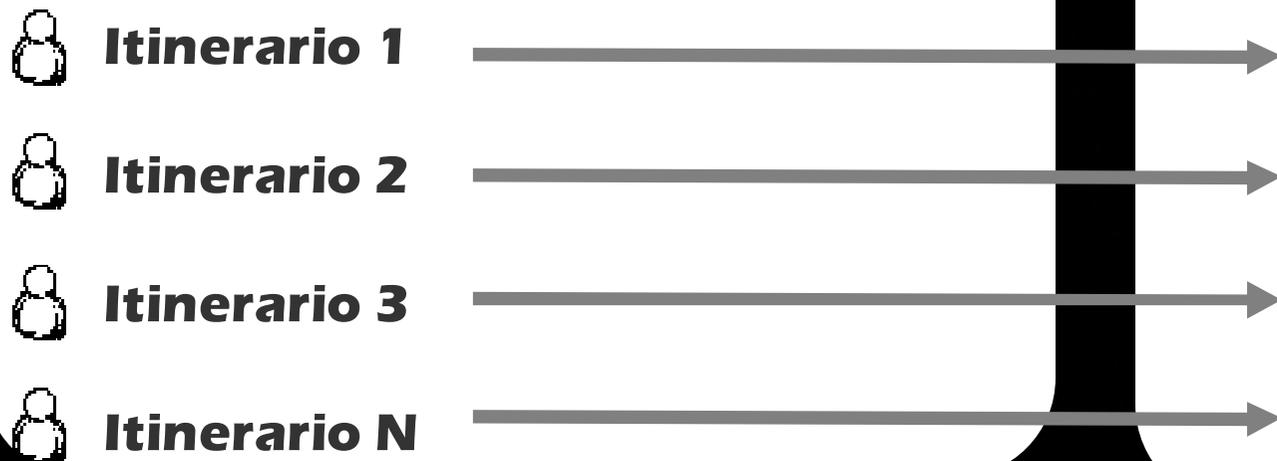
The perfect website is not a website

(interacción usuario)

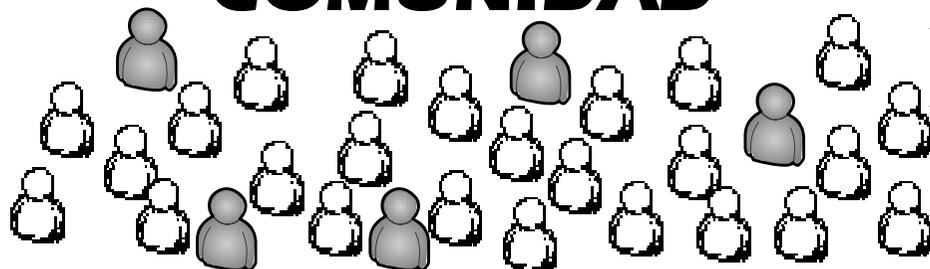
Catálogo Web Vs Estrategia web

3-2- Mapa WEB

WEB/CATALOGO/MTO



COMUNIDAD



4- Miedos y Retos

- Falta de conocimiento, no creen
- Falta de enfoque
- Menos pensar y más hacer
- Estrategia no integradora
- Perdida de privacidad (nos gusta mirar pero no que nos miren)
- No transparencia empresarial
 - Perdida de confidencialidad
 - Y si nos critican...
- Reuniones Vs. Wikis
- Internet es lúdico
- Comunicación unidireccional mejor, no crea conversación
- Es gratis, luego no puede ser bueno
- El tener que registrarse es una barrera



4- Miedos y Retos



- Experimentar
- Ir poco a poco y demostrar haciendo
- Provocar
- Mantener una actitud y hacer ver

5- Ejemplos prácticos

COCREACIÓN

Doble Suspensión

Bici urbana

Elección Tallas (pegatina y web)

Mejoras Web (encuesta y facebook)

CONVERSACIÓN

Garantía Mexico

Garantía Youtube

Garantía Foro

Localización Dealers

Ofertas empleo