

Disfruta de una experiencia única
que te hará poner los tweets en la tierra



Usted
estará aquí



Configuración Tweet-Trip 2011





1. Formato mesas redondas.
2. Composición mesas redondas.
3. Temas por participante (orientación).
4. Timming

1. Formato mesas redondas.



Buscamos un formato dinámico que permita introducir durante la conversación consultas, aportaciones y opiniones de los asistentes y seguidores, tanto presenciales en Riojaforum como los que sigan vía streaming, hashtag..

HERRAMIENTAS:

La composición de la mesa redonda está prevista en una de las salas con capacidad para **150 asistentes** (ampliable en función de demanda de entradas).

El escenario estará compuesto de 6 puestos en formato sofá/mobiliario cómodo. El moderador dirigirá y supervisará las diferentes mesas, las intervenciones de la audiencia, así como el backchannel.

Se proyectará el TL con el hashtag **#ttlarioja** que estará moderado.

Será retransmitido por **streaming** a través de la siguiente página:

www.riojaforum.com

1. Formato mesas redondas.



DINÁMICA:

El moderador de cada una de las mesas, presentará a los ponentes y sus respectivos proyectos y dará paso a cada uno para que durante **3 minutos** hable de su experiencia dentro del enfoque que sugerimos.

Después de esta rueda de presentación se abrirán todos los canales para aportar **consultas** e introducir **opiniones** o temas relevantes para los asistentes.

El moderador coordinará y supervisará las preguntas que introduce para debatir con el fin de hacer más dinámica e interesante la mesa redonda. (+/-25 min.)

Para cerrar la mesa redonda se hará un **resumen de conclusiones** (5-10 min.)

2. Composición de las mesas redondas.



TEMÁTICA

RT: Reputación en Twitter. La influencia y el Turismo.

La importancia de la marca personal como referencia de prescripción en Twitter. Casos de éxito a tener en cuenta en las estrategias de las empresas turísticas.

TT: Twitter y Turismo. Tendencias y tópicos.

Twitter como canal para difundir un relato único, dotado de contenido diferencial, con valor y trascendencia; casos de éxito que aprovechan al máximo la potencia de la red. Un viaje que abarca desde la casa rural a la cadena hotelera, pasando por la organización de eventos.

DM: Directo al Mantel. Gastronomía como motor del Turismo.

Cuando la cocina es Twitter. Estrategias que se guisan en 140 caracteres, y que transforman la red en el centro de operaciones de las iniciativas gastronómicas y turísticas.

2. Composición de las mesas redondas. (RT)



PONENTES #REPUTACIÓN TWITTER:

- * **Alfonso Alcántara (@yoriento)**
- * **Andrés Pérez (@marcapersonal)**
- * **Diana González (@dianagonzalez)**
- * **Emilio Rey (@digitalmeteo)**
- * **Iván Rodríguez (@twittboy)**
- * **Javier Marín (@loogic)**

2. Composición de las mesas redondas. (RT)



PONENTES #TWITTER Y TURISMO:

- * **Ana Santos (@eventosfera)**
- * **Fernando Goñi (@fgoni)**
- * **Juan Carlos Sanjuán (@olympiavalencia)**
- * **Laura Lafarinelli (@nomaders / @Laura_LaFari)**
- * **Lorena G. Díaz (@hoteleshusa / @lorenagdiaz)**
- * **Marta Bonet Barceló (@peppersantblai / @marta_bonet)**

2. Composición de las mesas redondas. (RT)



PONENTES #DIRECTO AL MANTEL:

- * **Alicia Estrada (@vinoturismo)**
- * **Cristina Martínez (@garbancita)**
- * **Diego Coquillat (@elranchomadrid)**
- * **Erika Silva (@erisofi)**
- * **Robert McIntosh (@thirstforwine)**
- * **Txaber Allué Martí (@elcocinero fiel)**

3. Temas por participante (RT)



PONENTES #REPUTACIÓN TWITTER: **¿Qué te ha dado Twitter?**

- * **Alfonso Alcántara (@yoriento)**
- * **Andrés Pérez (@marcapersonal)**
- * **Diana González (@dianagonzalez)**
- * **Emilio Rey (@digitalmeteo)**
- * **Iván Rodríguez (@twittboy)**
- * **Javier Marín (@loogic)**

En Twitter no hay marca pequeña. Ejemplos de profesionales de diversos ámbitos que han alcanzado la máxima relevancia gracias a la utilización de la red de microblogging. Prescriptores que nos demuestran cómo lo importante no es la cantidad sino la calidad del contenido a la hora de conseguir trascendencia.

3. Temas por participante (RT)



PONENTES #TWITTER Y TURISMO:

- * **Ana Santos (@eventosfera):** Eventos 2.0 . La influencia como factor de 'afluencia'.
- * **Fernando Goñi (@fgoni):** De pelotari a hostelero. La reinención de una marca personal.
- * **Juan Carlos Sanjuán (@olympiavalencia):** Una imagen vale más que 140 caracteres. Lo audiovisual enriquece el producto.
- * **Laura Lafarinelli (@nomaders/@Laura_LaFari):** Todas las opiniones cuentan. Generando contenido turístico a través de bloggers, blogtrips, opiniones de usuarios...
- * **Lorena G. Díaz (@hoteleshusa/@lorenagdiaz):** 5 Puntos claves de la estrategia en Twitter de una cadena hotelera.
- * **Marta Bonet Barceló (@peppersantblai/@marta_bonet):** Fondo y forma para la creación de una identidad de marca diferencial en Twitter. Naturalidad y humor como factor de profesionalidad.

3. Temas por participante (RT)



PONENTES #DIRECTO AL MANTEL:

* **Alicia Estrada (@vinoturismo):** Twitter como canal de colaboración e intercambio de experiencias para transmitir conocimiento.

* **Cristina Martínez (@garbancita):** El papel de Twitter en la organización y dinamización de eventos gastronómicos. La desvirtualización como incentivo para el follower.

* **Diego Coquillat (@elranchomadrid):** En Twitter sí se vende, cuando sabes cómo. Atracción de clientes, a través de la monitorización y geolocalización.

* **Erika Silva (@erisofi):** Tweets con denominación de origen. Lo bueno, twitteado, dos veces bueno. La calidad también hay que contarla.

* **Robert McIntosh (@thirstforwine):** El idioma del vino. Twitter, un mercado sin fronteras. (Gestión de cuentas bilingües)

* **Txaber Allué Martí (@elcocinero fiel):** Del ocio al negocio en Twitter. Cómo una pasión se transformó en profesión.

4. Timming



La duración prevista para **cada una de las mesas redondas**, es de **1 hora**.

9:30:

Mesa # RT: #REPUTACIÓN Y TWITTER

10:35-10:40:

Mesa #TT: TWITTER Y TURISMO

11:40:

Coffe-break

12:00:

Mesa #DM: DIRECTO AL MANTEL

13:15:

Conclusiones mesas redondas y posterior cierre por parte de la Directora General de Turismo: Mónica Figuerola (@monicafiguerola)

13:30:

Salida hacia Bodegas Altanza para la “primera vendimia tuitera”



www.tweet-trip.com
larioja@tweet-trip.com

@twitrip_