

# Caso de Estudio: BlackBerry® Feria Virtual

Cliente: RIM - BlackBerry®  
Proyecto: Feria Virtual

## > Objetivos

- Crear un espacio para el intercambio de conocimiento y favorecer el networking.
- Dar a conocer a los clientes de RIM las soluciones BlackBerry® ofrecidas por sus partners.
- Fidelizar a usuarios expertos de BlackBerry®.
- Promocionar a los partners de RIM especializados en el desarrollo de aplicaciones para terminales BlackBerry®.
- Recoger información específica sobre los usuarios de BlackBerry®.



# Caso de Estudio: BlackBerry® Feria Virtual

Cliente: RIM - BlackBerry®  
Proyecto: Feria Virtual

## > Soluciones

- Junto a RIM y su marca BlackBerry®, decidimos utilizar la plataforma “VisualMente Virtual Business” para crear un centro de conferencias virtual donde tuvieran lugar conferencias online que mostraran los casos de éxito de soluciones desarrolladas por sus partners. Estas conferencias fueron acompañadas por zonas dedicadas para networking y generación de contactos comerciales; donde los asistentes, ponentes y los propios partners pudieron compartir información y conocimientos.
- Los usuarios pudieron personalizar su perfil y elegir su avatar para moverse por los edificios y áreas virtuales; asistir a las conferencias de los expertos BlackBerry®; descargar documentación, visualizar videos y presentaciones; y comunicarse con otros usuarios, agentes comerciales y expertos mediante distintas herramientas de comunicación, como chats privados y públicos, mensajería interna y foros.



# Caso de Estudio: BlackBerry® Feria Virtual

Cliente: RIM - BlackBerry®  
Proyecto: Feria Virtual

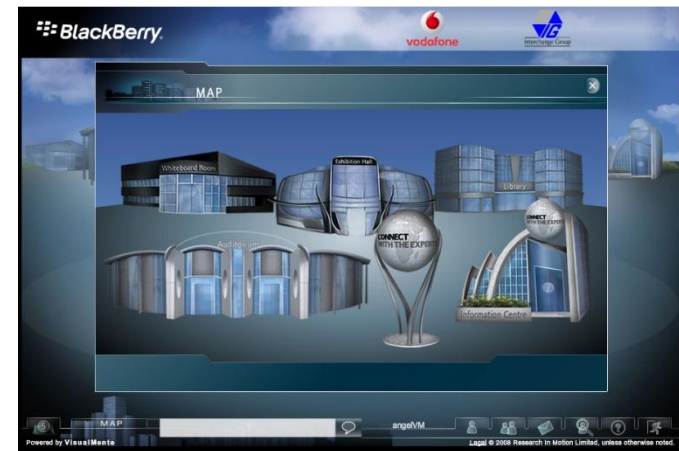
- BlackBerry® y otras 14 compañías compartieron un escenario virtual para abrir oportunidades de negocio, establecieron una comunicación en tiempo real con sus potenciales clientes, exhibieron sus últimos productos y servicios en stands personalizados, y localizaron perfiles interesantes por medio de la herramienta de localización de usuarios.
- “VisualMente Virtual Business” se ajustó a las necesidades de BlackBerry®, ya que permitió la retransmisión online de las conferencias, que tuvieron lugar en un entorno similar al de un Feria física, incluyendo distintas funcionalidades que facilitaron la comunicación entre los participantes y el intercambio de información. Los contenidos estuvieron disponibles durante tres meses después del evento y los participantes pudieron acceder al centro de conferencias en cualquier momento.



# Caso de Estudio: BlackBerry® Feria Virtual

Cliente: RIM - BlackBerry®  
Proyecto: Feria Virtual

- Para evitar problemas de conectividad, se creó un check point para que los usuarios verificaran que sus equipos disponían de los requisitos técnicos para acceder a la feria virtual. Aunque estos requisitos eran mínimos (una conexión ADSL básica y un hardware standard), el objetivo era evitar problemas que pudieran aparecer debido a accesos a través de VPNs o conexiones restringidas similares. El proceso de test era totalmente transparente para el usuario.
- Además, se diseñaron **funcionalidades específicas** que añadieron valor al evento, siempre buscando incrementar la participación y el intercambio de conocimiento entre los asistentes, y el marketing cara a cara de sponsors y partners. Esas funcionalidades incluían un **sistema de avisos** para difundir mensajes a todos los asistentes, **demos** para participantes y sponsors, un equipo de **azafatas virtuales** que ofrecían asistencia directa a los participantes, un **sistema de promociones** para los sponsors, un avanzado sistema de **búsqueda de usuarios**, y un **mapa interactivo** que permitía a los usuarios acceder directamente a los espacios de sponsors y partners.

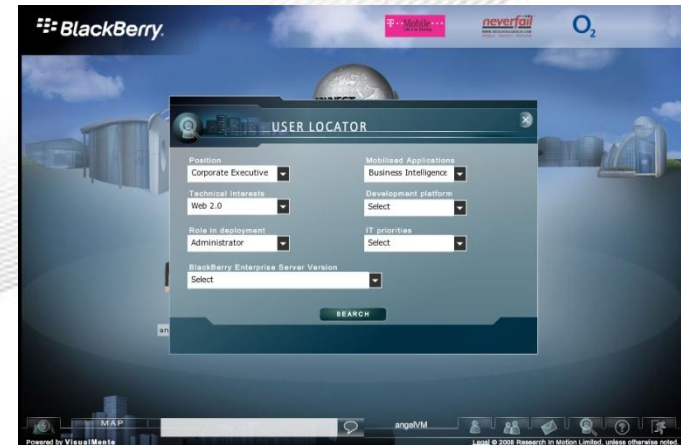


# Caso de Estudio: BlackBerry® Feria Virtual

Cliente: RIM - BlackBerry®  
Proyecto: Feria Virtual

## > Tiempo de trabajo

- El entorno fue desarrollado a nivel gráfico en un tiempo record de 2 meses, así como las funcionalidades específicas del evento en sí (desde el 30 de Septiembre al 30 de Octubre de 2008), lo que demuestra el alto nivel de adaptabilidad de la aplicación.
- El segundo evento tuvo lugar el 24 y 25 de Febrero de 2009.



# Caso de Estudio: BlackBerry® Feria Virtual

Cliente: RIM - BlackBerry®  
Proyecto: Feria Virtual

## > Resultados

- El sistema de registro del evento y el perfil creado por los propios usuarios, permitieron la generación de una rica base de datos con la que **RIM y sus partners** pudieron **segmentar y focalizar** sus acciones de marketing.
- “VisualMente Virtual Business” **monitoreó la actividad de los usuarios** en el entorno virtual: qué conferencias visualizaron, qué espacios visitaron, qué documentos descargaron y mucha más información. Gracias a estos detallados informes, los **sponsors y partners** pudieron **identificar a aquellos usuarios interesados** en sus servicios y **contactar con ellos directamente**.
- **3.000 usuarios registrados.**
- **36 conferencias online** a las que asistieron más de 500 personas.
- **1.155 horas de conexión total.**
- Más de **6.000 entradas** a los diferentes espacios.
- Más de **5.000 descargas** de documentos.

