

**Evaluación del Taller  
Comercial/Evaluation Commercial  
Workshop  
9 & 10 Septiembre/ September 2019,  
Guatemala**



## INFORMACIÓN GENERAL/ GENERAL INFORMATION

Toda la información referente al Taller (agenda, presentaciones, fotografías) se encuentra disponible en/ All information regarding the Workshop (agenda, presentations, photographs) is available at::

<https://miembros.lactld.org/taller-comercial-tecnico-2019/>

### Participación/ Participation

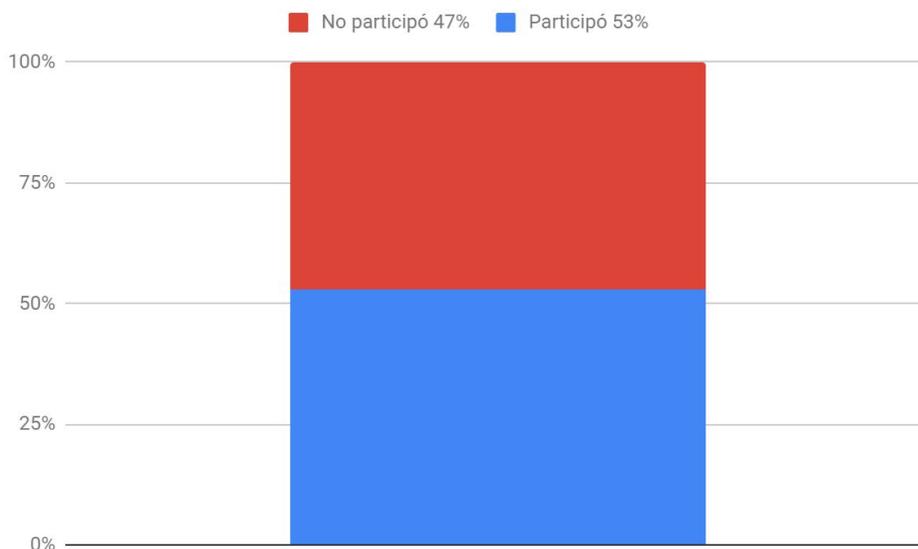
Participantes presenciales/Face-to-face participants: 24 (12 Miembros).

Miembros/ Members: .AR, .BR, .CL, .CO, .CR, .CU, .GT, .HN, .MX, .PR, .SV, .UY & University of Twent NL

Participantes online Taller Comercial I/ Online participantes Commercial Workshop: 21 (9 miembros).

Miembros/ Members: .AR, BO, .CL, .CR, .DO, .GP, .VE, .UY & Afiliadas

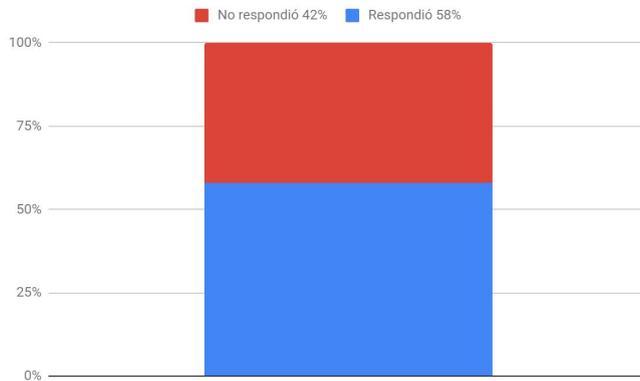
### Participación de los miembros/ Members participation



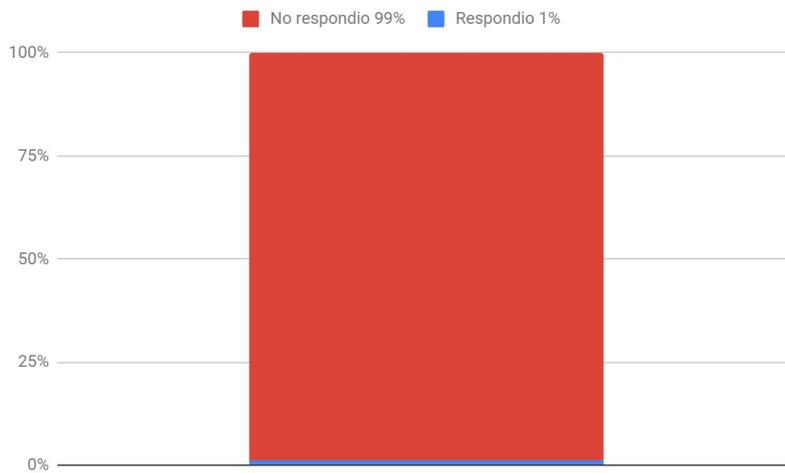


Tasa respuesta Evaluación Taller Comercial/ Rate answers Evaluation Commercial Workshop

% de respuesta presencial / % of face to responses



% de respuesta online / % of online responses



Les agradecemos su contribución, su opinión es muy importante para nosotros/ We appreciate your contribution, your opinion is very important to us.

## RESUMEN DE RESPUESTAS EVALUACIÓN PRESENCIAL/ SUMMARY OF RESPONSES PRESENTIAL EVALUATION

### Aspectos Generales/ General Aspects

#### Respuesta/ Answers

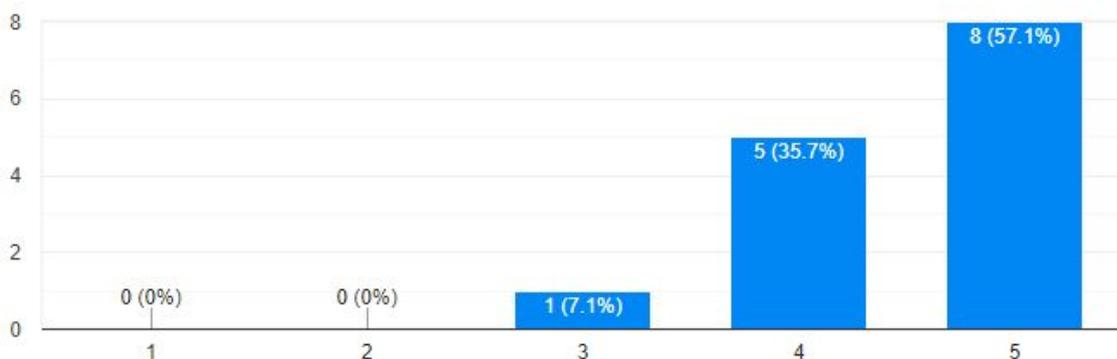
En una escala de 1 a 5 (5 significa "Excelente" y 1 significa "Malo")

In a scale of 1 to 5 (5 means "Excellent" and 1 means "Poor")

#### Satisfacción General del Taller / Overall satisfaction of the workshop

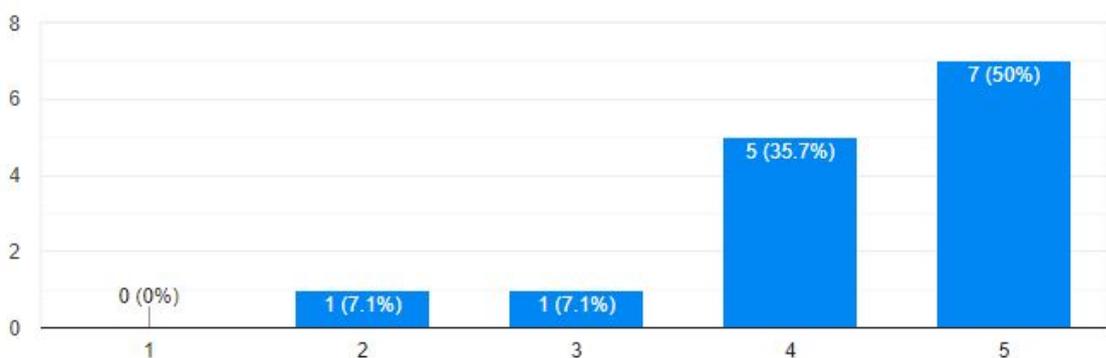


14 responses



#### Salón / Room

14 responses

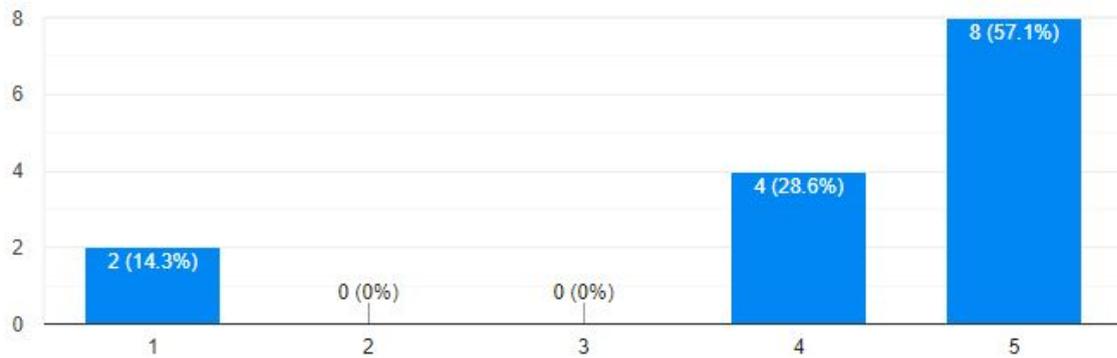




## Comida / Catering

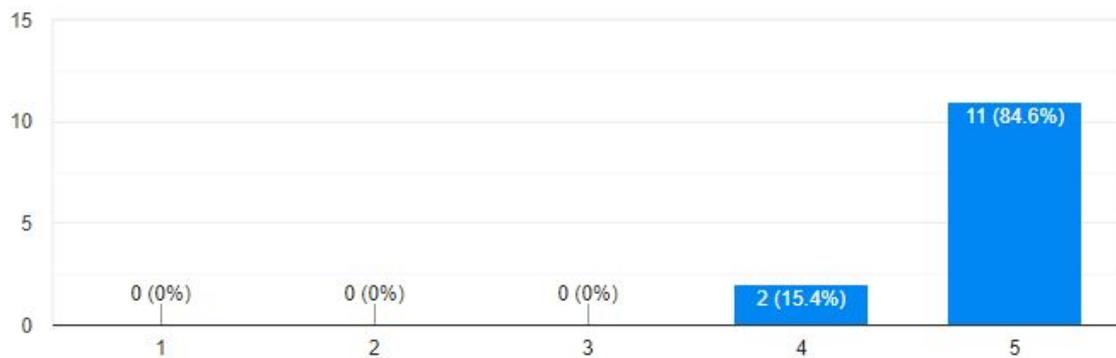


14 responses



## Traducción / Translation

13 responses



## ¿Qué aspectos fueron especialmente buenos durante el taller? / What aspects of the workshop went particularly well?

14 responses

Cotenido y dinámica de los dos primero días

Contenidos comerciales

Los temas fueron muy adecuados a la actualidad. El manejo de lcs tiempo fue excelente.

Que ambos grupos de trabajo pudieron compartir experiencias y enfoques. Además la variedad de los temas y el calibre de los expositores es de resaltar.

Comida, preocupación por los asistentes

Actividades de intercambio entre técnicos y comerciales y la clase magistral

Temas externos al area DNS que pueden reforzar el funcionamiento de los ccTLDs, como las charlas de como vender el producto.

Lugar, exposiciones, agenda

Las novedades comerciales para impulsar el uso de los dominios de país.

temas de experiencias reales de cctld de la región

Los contenidos y la mayor parte de los Espositores.

El intercambio de conocimiento entre técnicos y parte comercial, para realizar mejoras de los servicios y trato de nuestros usuarios, para fidelizar y atraer nuevos.

El intercambio de ideas con los colegas del grupo técnico y la organización del evento.

El tener actividades en conjunto con los miembros del grupo técnico.

## ¿Qué aspectos del taller necesitan mejorarse? / What aspects of the workshop need improvement?

9 responses

Comida, iluminación, ruido, y lo básico agua no tuvimos agua, la selección de la comida fue egoista

comida organizacion facilidaes

Podrían hacerse una agenda no tan dividida y que los temas se mezclen para que tanto los comerciales como los técnicos no pierdan interés ya que hacer la división tan abrupta genera dispersión en la atención.

Regulación de tiempos de los presentadores

Sería bueno trabajar aun más en la agenda compartida de los grupos de trabajo técnico- comercial. Si son 4 días, generar espacios compartidos y espacios exclusivos para cada grupo durante el día para que optimizar el tiempo y energías.

Los tiempos de las presentaciones se debería respetar mejor

evitar sesiones tan largas con el mismo expositor, se diluye el mensaje y un buen expositor debería tener la capacidad de resumir su tema y no necesitar tiempo reservado para otros expositores

Algunos expositores no tenían claro qué es lo que hacemos y sus presentaciones estaban enfocadas para otro segmento. Posiblemente valdría la pena darles a ellos un webinar previo para explicar qué son los nombres de dominio de país, qué rol tenemos en el internet y qué personas participan en el taller.

Tener mejor administración del tiempo para poder hacer las pausas programadas.

## ¿Tiene algún comentario adicional, sugerencia o preocupación? / Do you have any other comments, questions or concerns?

9 responses

Necesitan hacer un manual de requerimientos donde lo básico sea que haya agua y buena comida, el hecho de no tener muchos recursos o significa no poder pensar macro y seleccionar buenos servicios de alimentación

Puede hacerse una esquina típica en el sitio donde se realice el taller con productos locales para que quienes no tienen mucho tiempo puedan llevarse un pedacito de la cultura local.

Muchas gracias por todo!

Es mi primera participación en el taller y me pareció una excelente experiencia. Si bien fueron días muy intensos, el clima fue muy agradable y lo hizo más llevadero. Muy interesante el intercambio.

no

invitar directamente a los ccTLD a presentar sus experiencias, evitando traer expertos externos que exponen temas que no tienen aplicación a dominios y más bien se aplican a retail u otras industrias

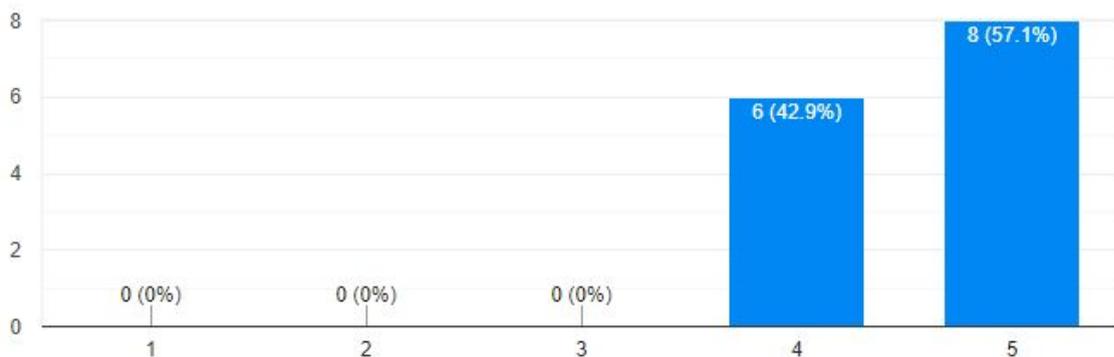
Aumentar actividades que involucren a personal de las distintas áreas de una ccTLD

Trabajar con más tiempo la agenda para lograr una verdadera integración de ambos grupos.

Los días del taller aunque fueron interesantes y productivos, estuvieron demasiado largos.

## ¿Cuán valioso encuentra la combinación de sesiones entre diferentes Grupos de Trabajo? / How valuable is the combination of sessions between different Working Groups?

14 responses

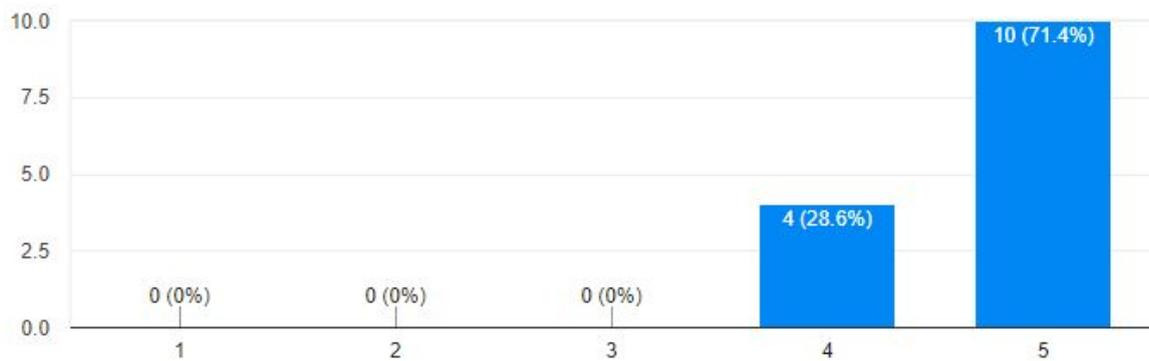


## Sesiones/Sessions

Reseña de los países: 5 a 7 minutos por ccTLD - 10 minutos de preguntas / Countries Overview: 5 to 7 minutes per ccTLD - 10 minutes of questions

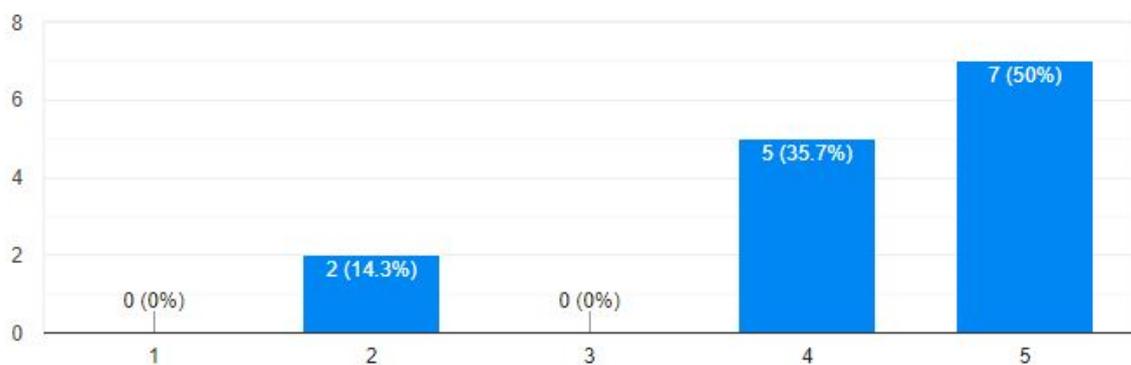


14 responses



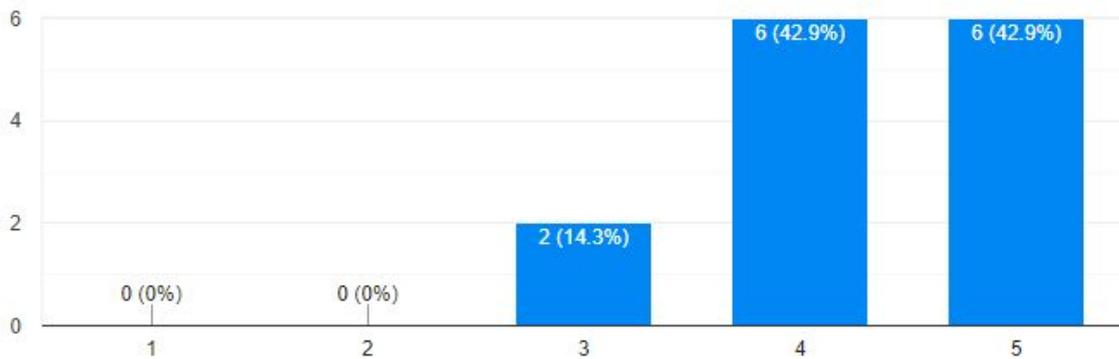
Servicio al cliente como propuesta de valor / Customer service as a value proposition

14 responses



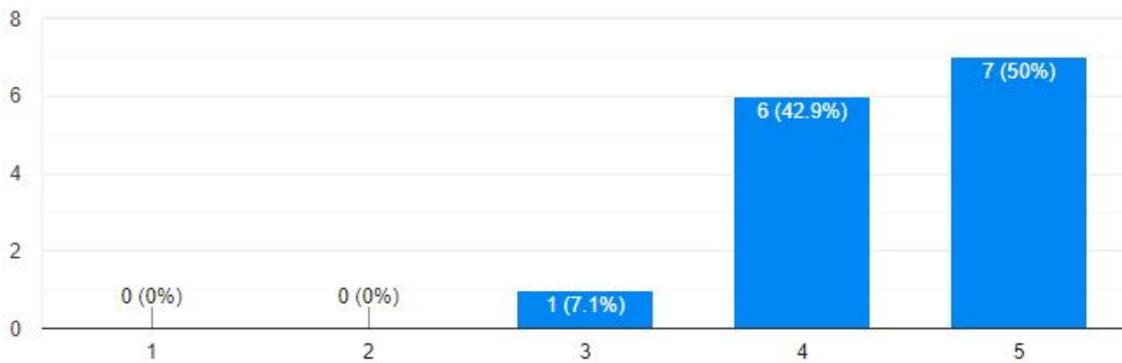
## Mercado de Registrars VS. Registries / Registrars vs. Registries market

14 responses



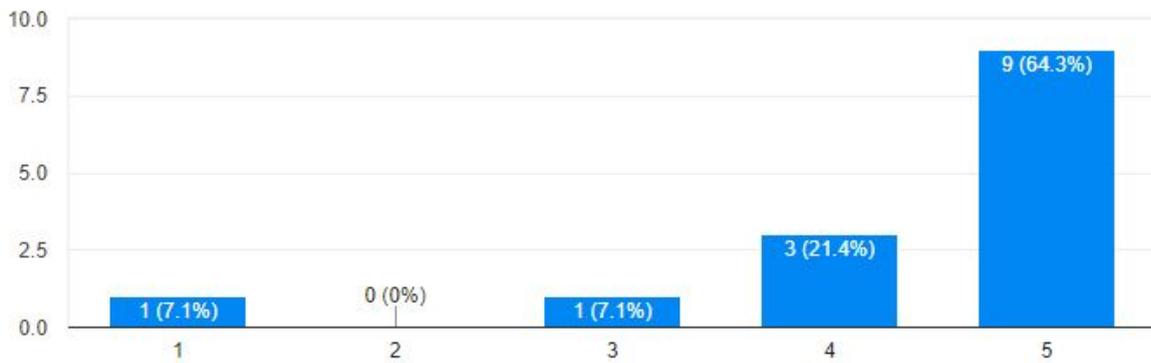
## Caso .MX: 10 años del Modelo Registry-Registrar + preguntas / .MX Case: 10 years of the Registry-Registrar Model + Q&A

14 responses



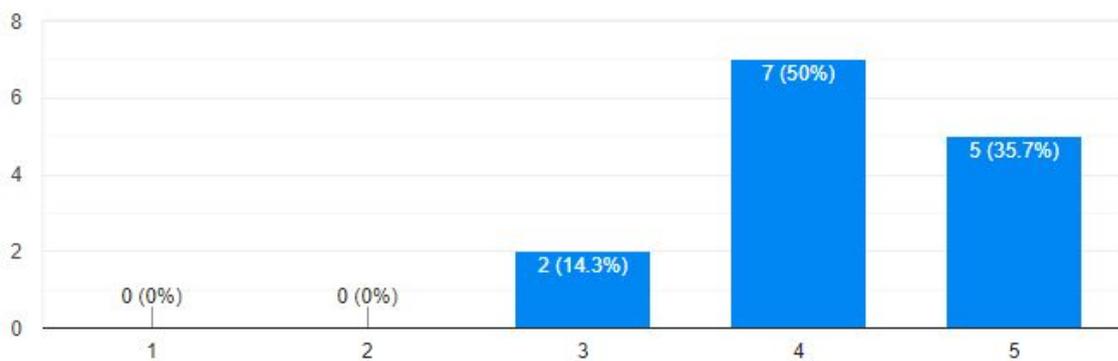
## "Gamification más allá de agregar puntos" / "Gamification, beyond adding points"

14 responses



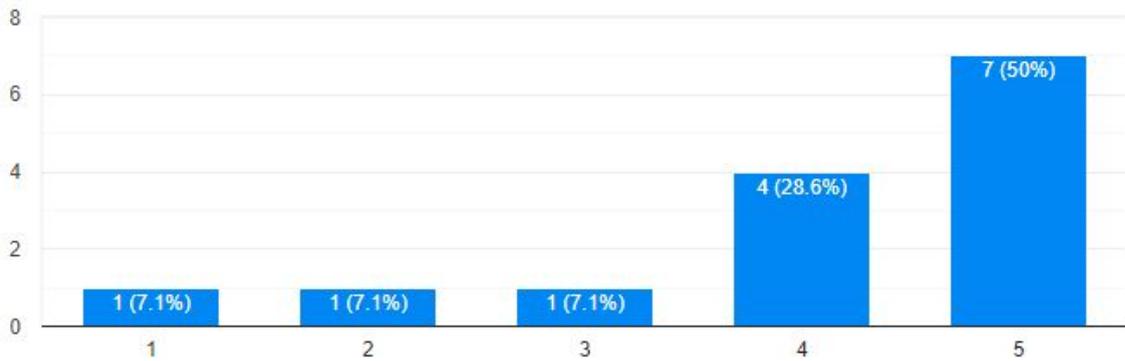
## Caso .BR: Dominios de segundo nivel y subastas / .BR Case: Second level domains and auctions

14 responses



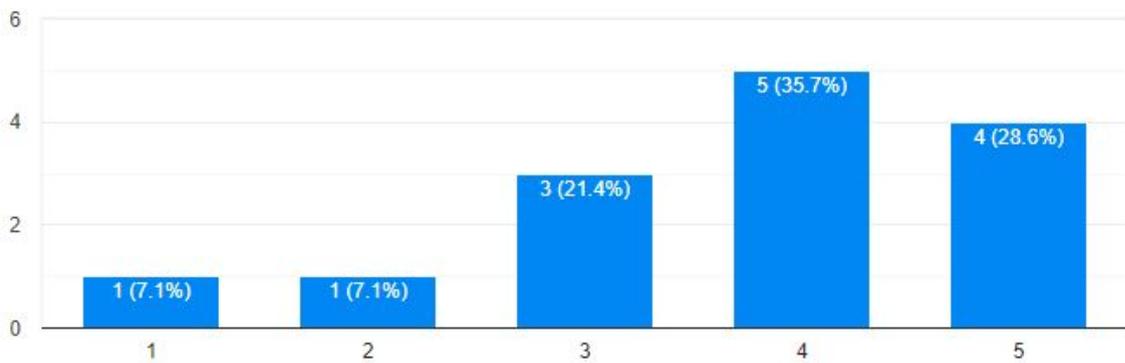
## Estrategias de SEO & SEM / SEO & SEM Strategies

14 responses



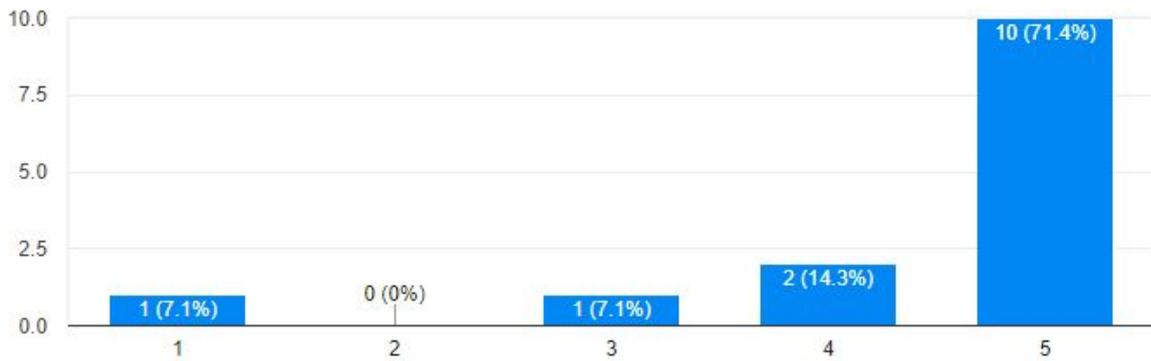
## Cómo sacarle provecho a LinkedIn para Empresa / How to leverage LinkedIn for Business

14 responses



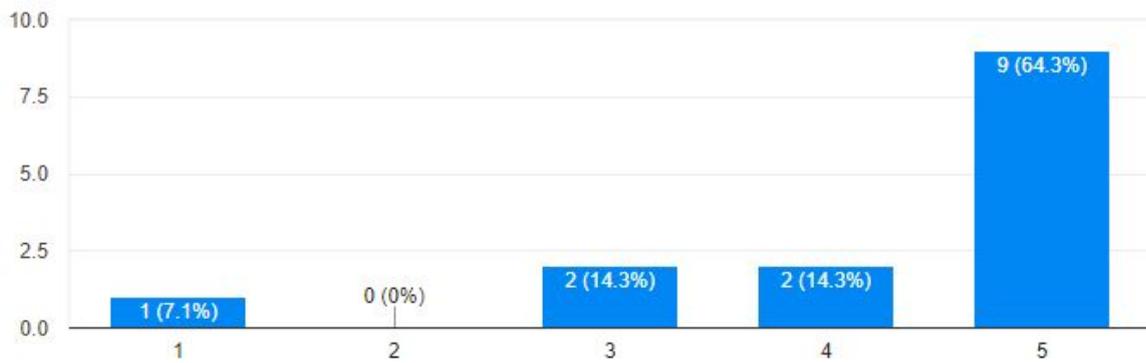
## Clase magistral: Nuevas tendencias del ecommerce y del marketing digital / Master Class: New trends in ecommerce and digital marketing

14 responses



## Nuevas estrategias de comercialización/New marketing strategies

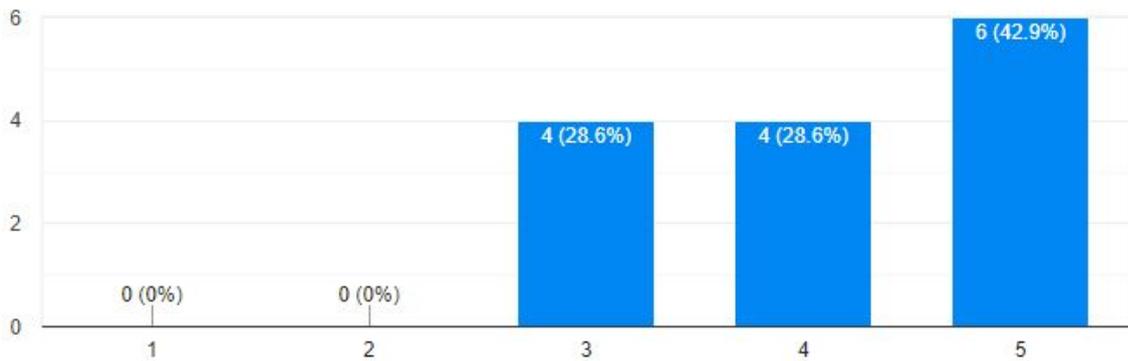
14 responses





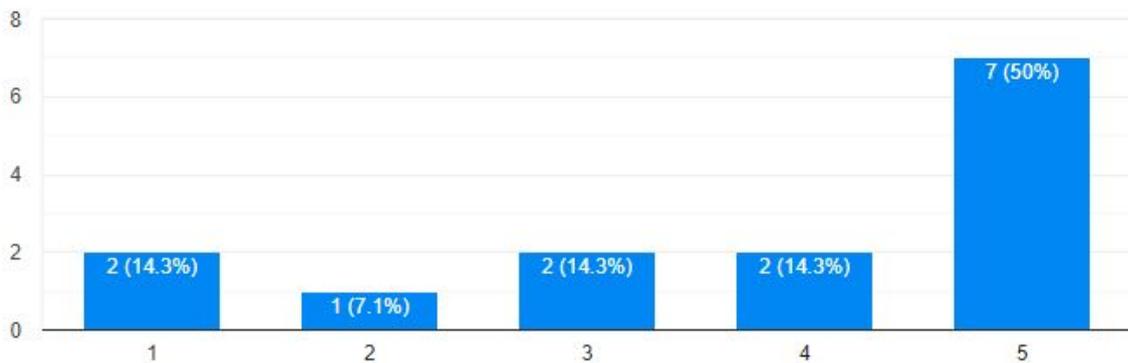
**Pensamiento en diseño para la mejor comprensión de su cliente  
/Design thinking for better customer understanding**

14 responses



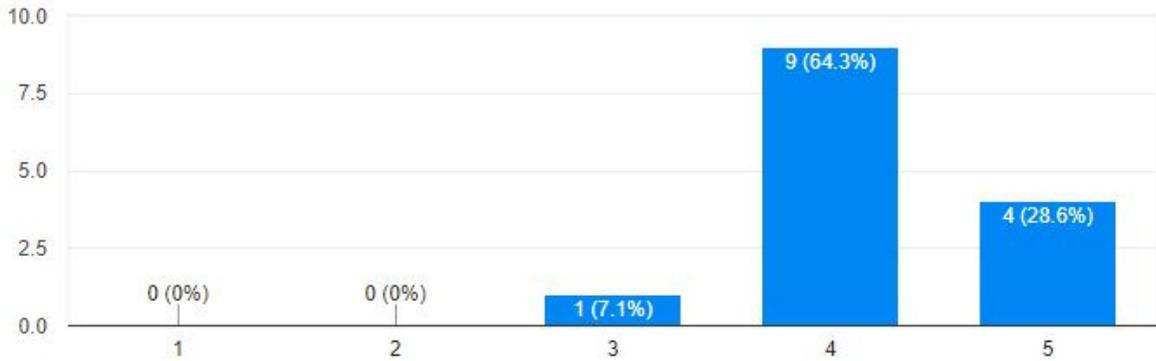
**Uso de dominios vs. uso de redes sociales/Domain use vs. social media use**

14 responses



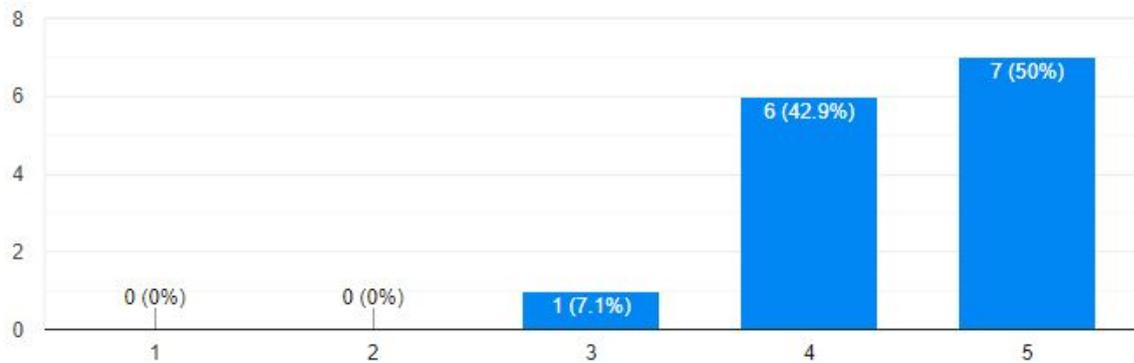
## La importancia del contenido/The importance of content

14 responses



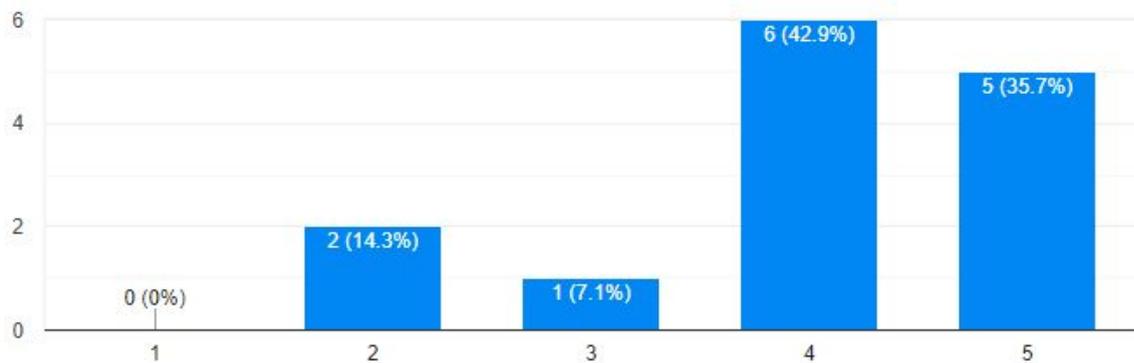
## Términos técnicos para dummies/Technical terms for dummies

14 responses



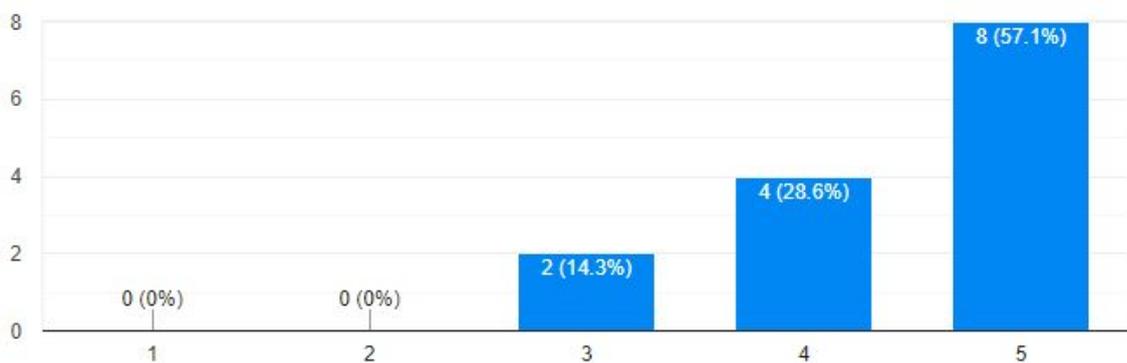
## IPv4 VS IPv6

14 responses



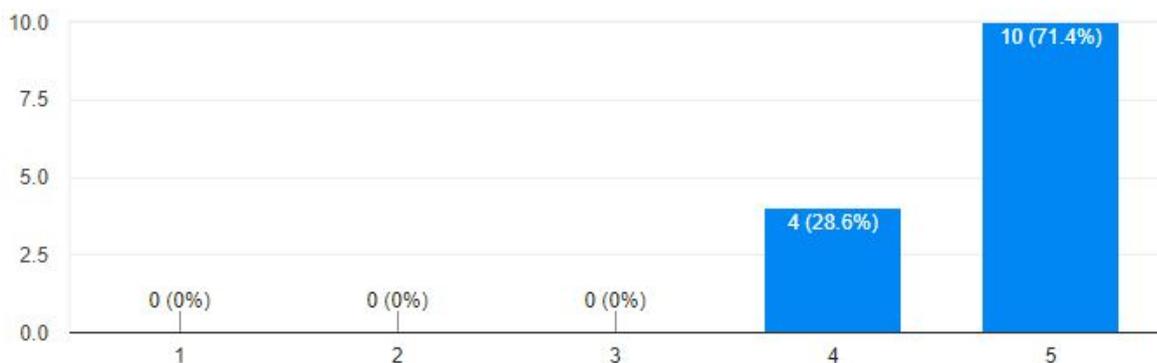
Cómo educar a nuestros clientes en temas técnicos (capacitaciones o campañas). Cuáles tienen más relevancia en la región./How to educate our clients on technical issues (training or campaigns)? Which are more relevant in the region?

14 responses



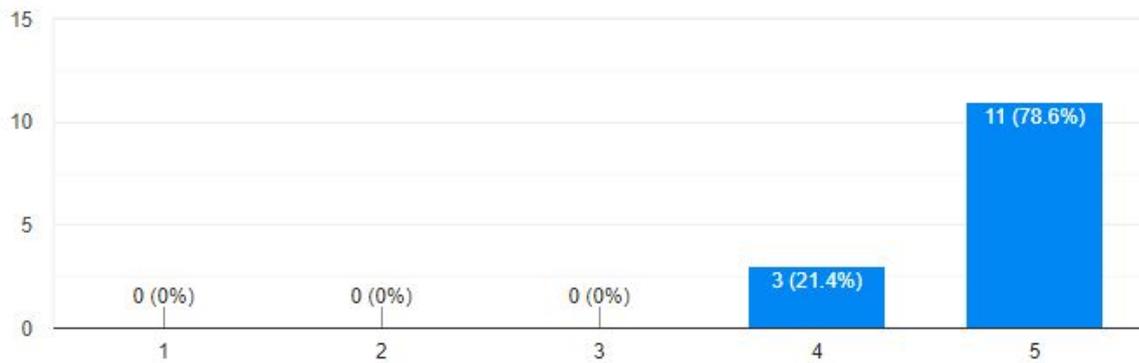
UX y UI - Casos de los sitios web de .CO; .BO; .CL; .AR/UX & UI - .CO; .BO; .CL; .AR websites cases

14 responses



## Brainstorming sobre los servicios complementarios que podemos ofrecer como ccTLD/Brainstorming about complementary services that we can offer as ccTLD

14 responses



## RESUMEN DE RESPUESTAS EVALUACIÓN ONLINE/ SUMMARY OF RESPONSES ONLINE EVALUATION

### Aspectos Generales/ General Aspects

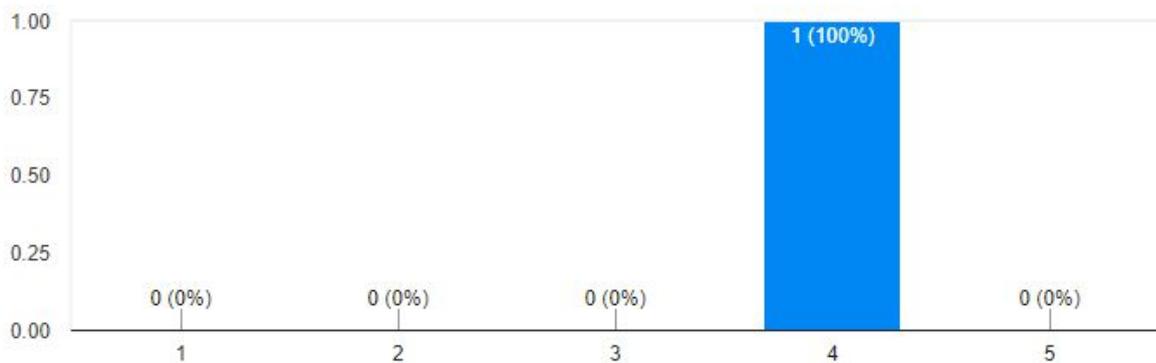
#### Respuesta/ Answers

En una escala de 1 a 5 (5 significa "Excelente" y 1 significa "Malo")

In a scale of 1 to 5 (5 means "Excellent" and 1 means "Poor")

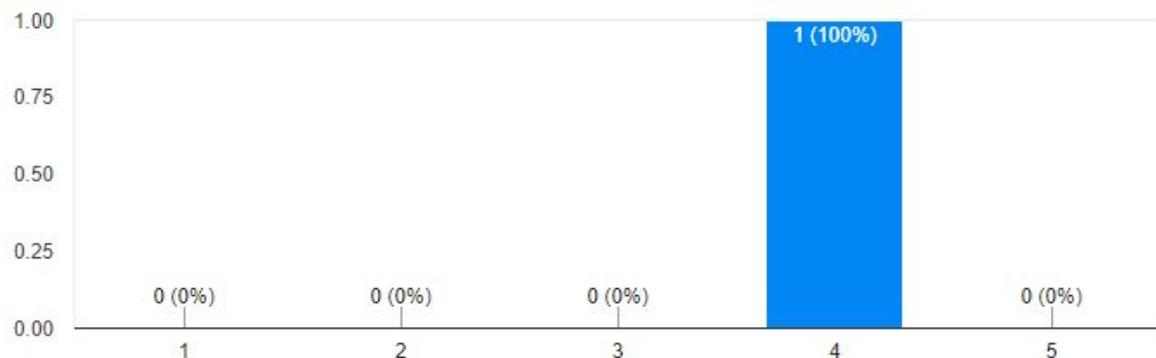
#### Satisfacción General del Taller / Overall satisfaction of the workshop

1 response



#### Traducción / Translation

1 response



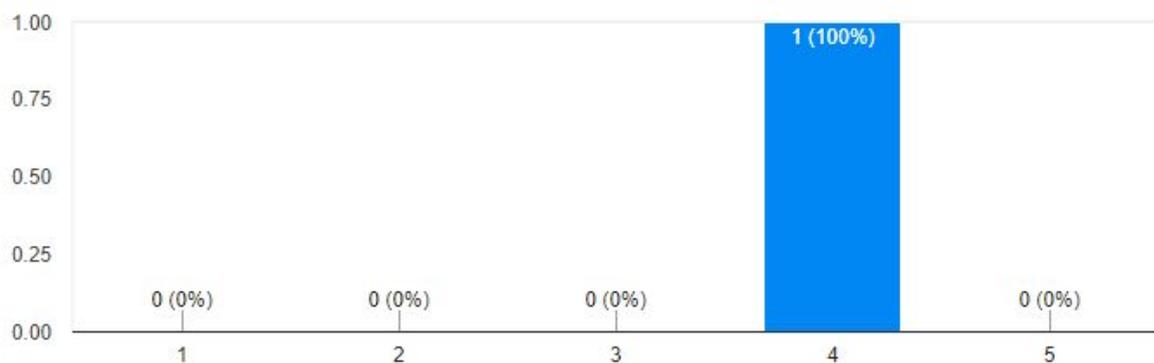
¿Qué aspectos fueron especialmente buenos durante el taller? / What aspects of the workshop went particularly well?

1 response

muy buena organización

¿Cuán valioso encuentra la combinación de sesiones entre diferentes Grupos de Trabajo? / How valuable is the combination of sessions between different Working Groups?

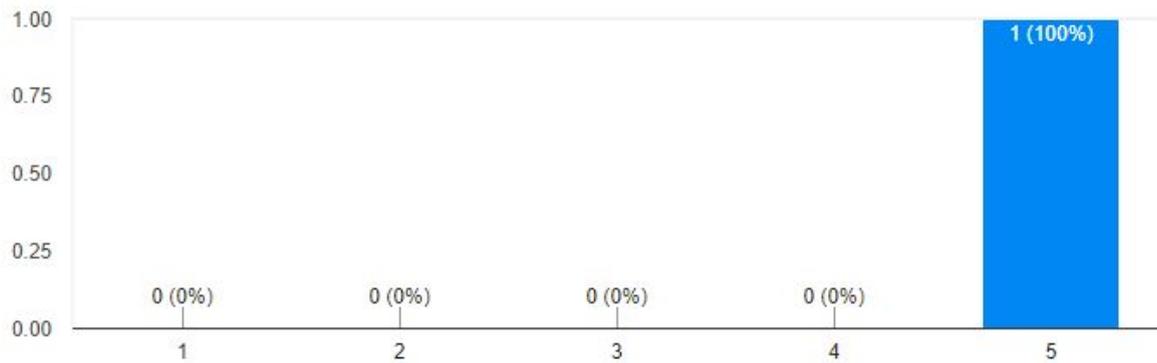
1 response



## Sesiones/Sessions

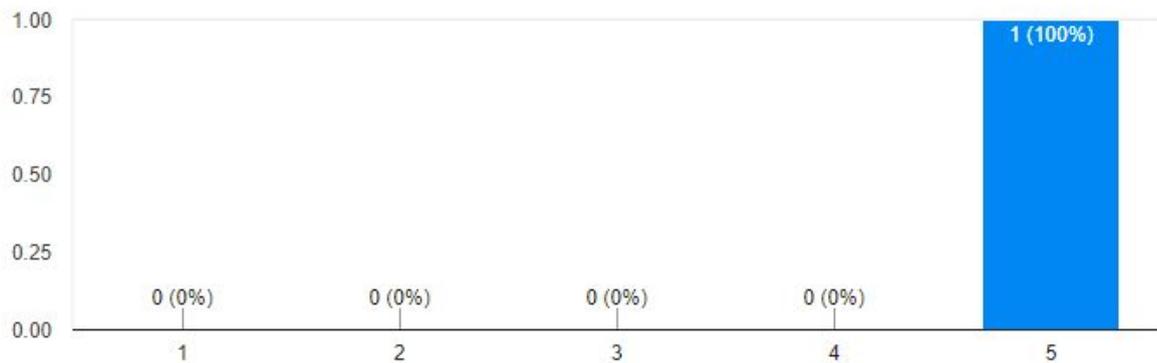
Reseña de los países: 5 a 7 minutos por ccTLD - 10 minutos de preguntas / Countries Overview: 5 to 7 minutes per ccTLD - 10 minutes of questions

1 response



Servicio al cliente como propuesta de valor / Customer service as a value proposition 📄

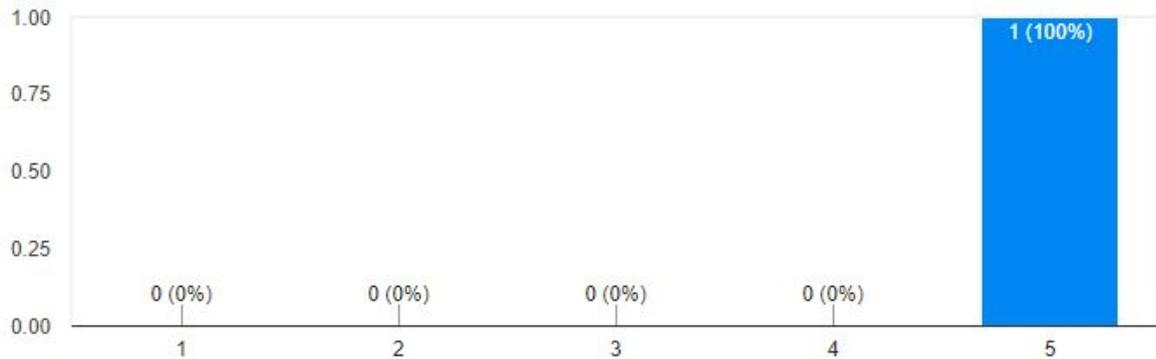
1 response





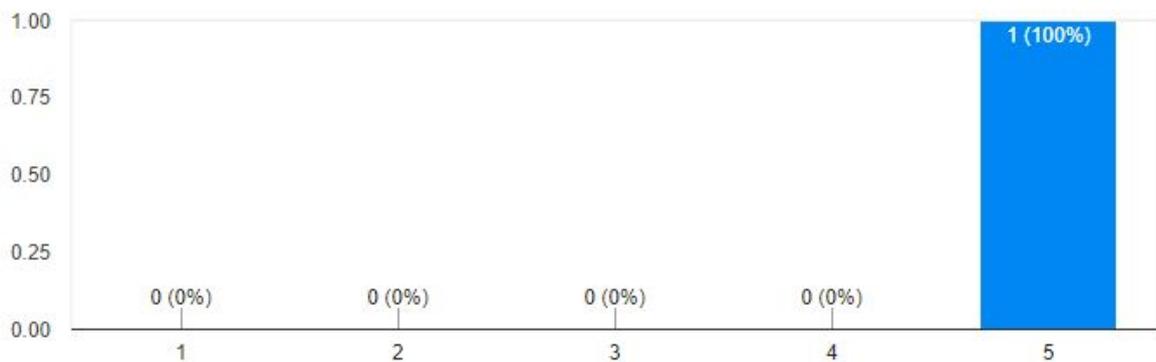
### Mercado de Registrars VS. Registries / Registrars vs. Registries market

1 response



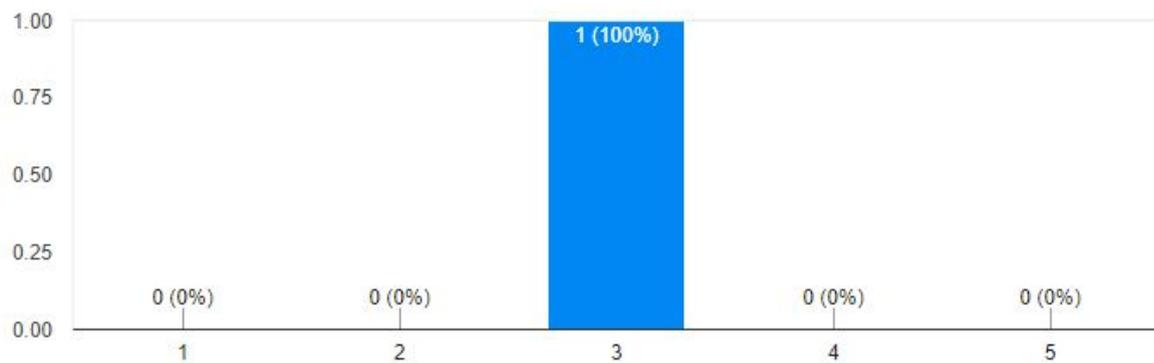
### Caso .MX: 10 años del Modelo Registry-Registrar + preguntas / .MX Case: 10 years of the Registry-Registrar Model + Q&A

1 response



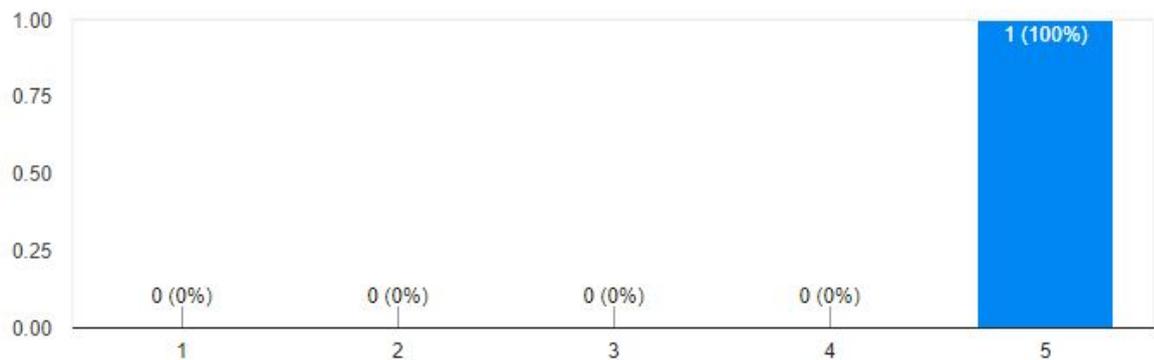
### "Gamification más allá de agregar puntos" / "Gamification, beyond adding points"

1 response



### Caso .BR: Dominios de segundo nivel y subastas / .BR Case: Second level domains and auctions

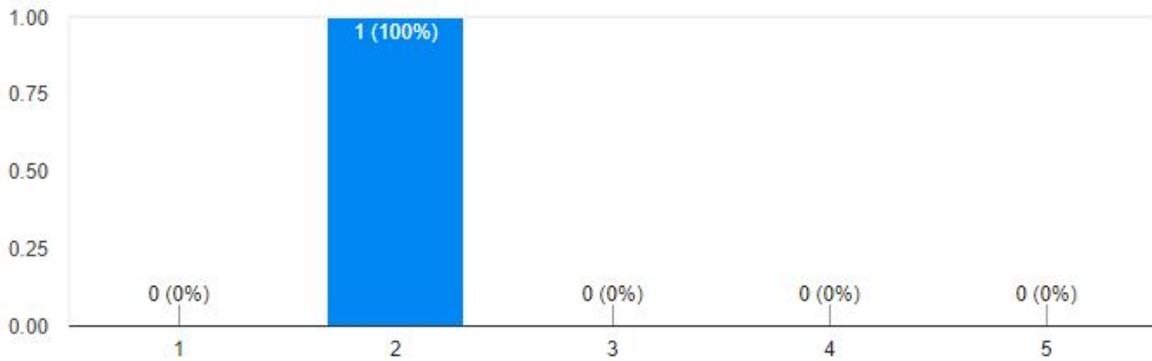
1 response





### Estrategias de SEO & SEM / SEO & SEM Strategies

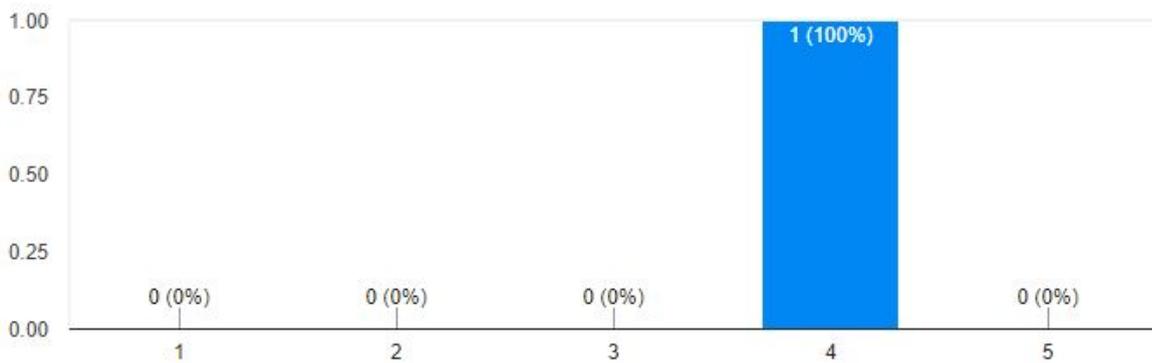
1 response



### Cómo sacarle provecho a LinkedIn para Empresa / How to leverage LinkedIn for Business

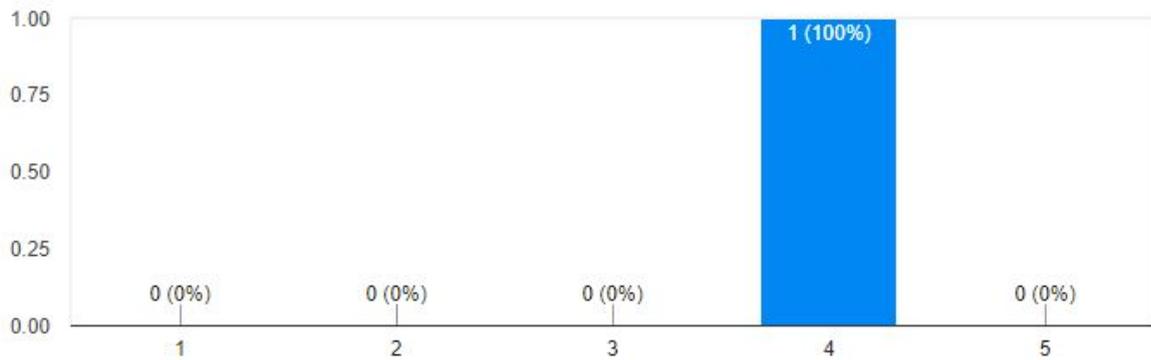


1 response



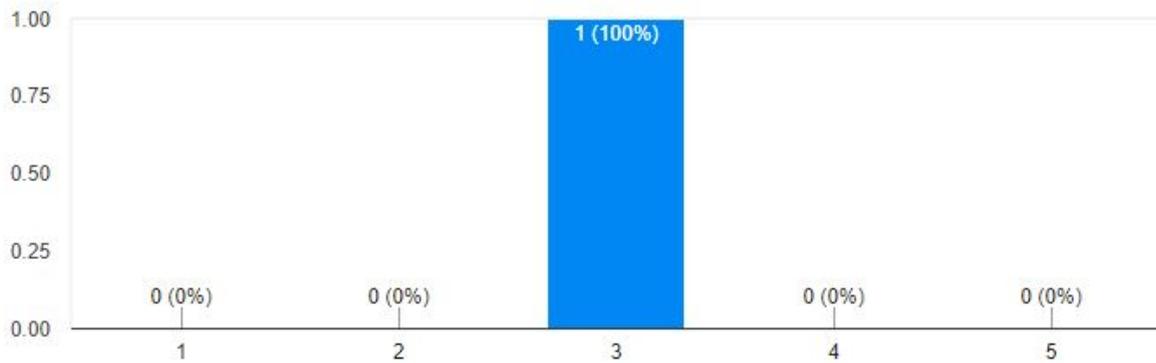
## Clase magistral: Nuevas tendencias del ecommerce y del marketing digital / Master Class: New trends in ecommerce and digital marketing

1 response



## Nuevas estrategias de comercialización/New marketing strategies

1 response

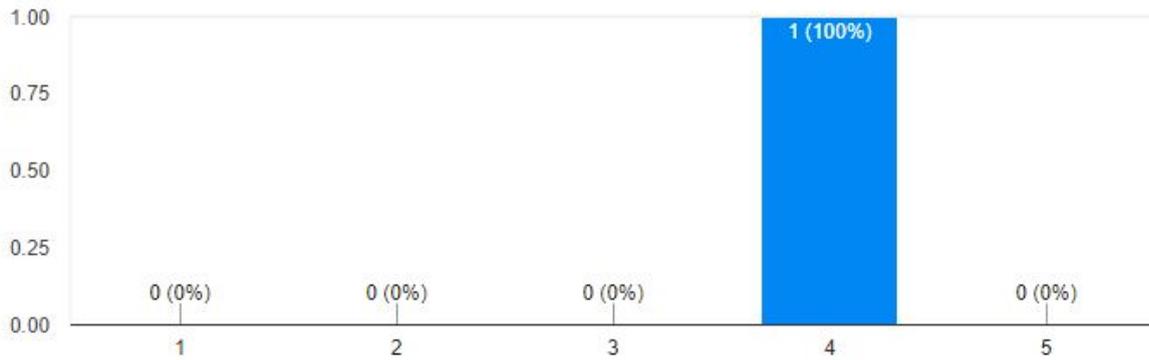




Pensamiento en diseño para la mejor comprensión de su cliente  
/Design thinking for better customer understanding

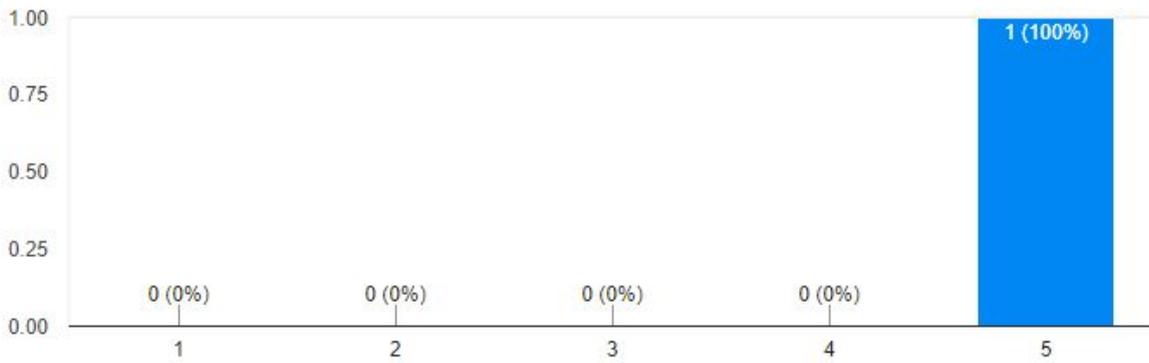


1 response



Uso de dominios vs. uso de redes sociales/Domain use vs. social media use

1 response

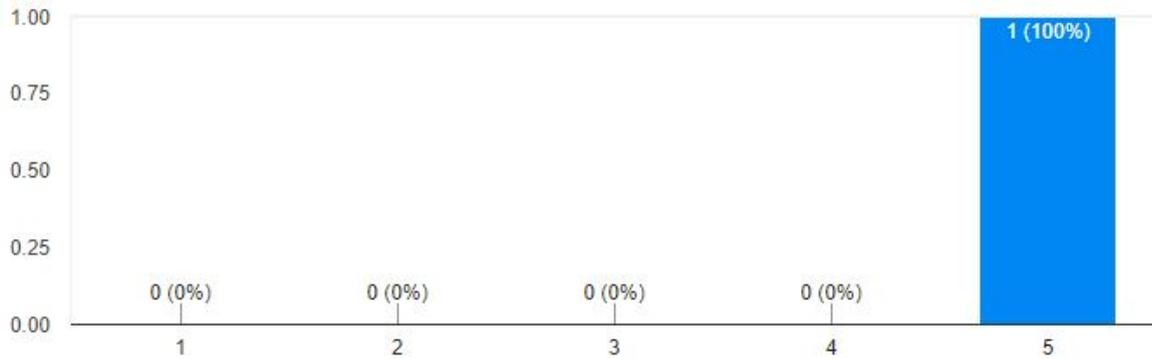




### La importancia del contenido/The importance of content

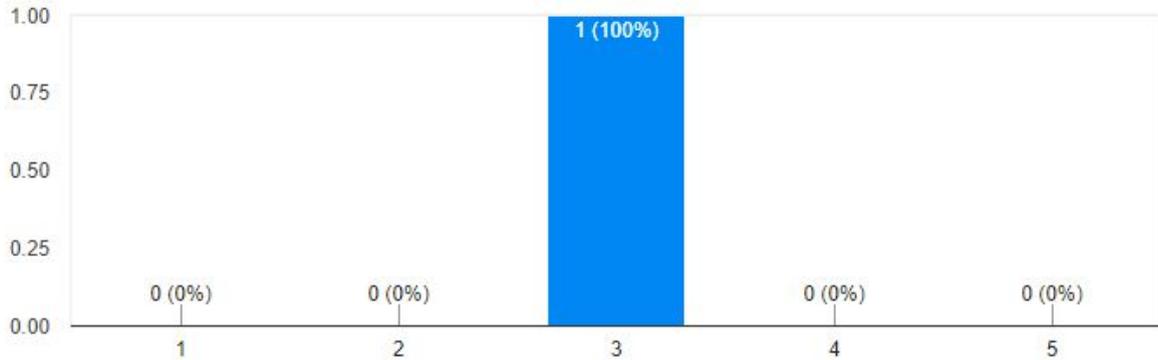


1 response



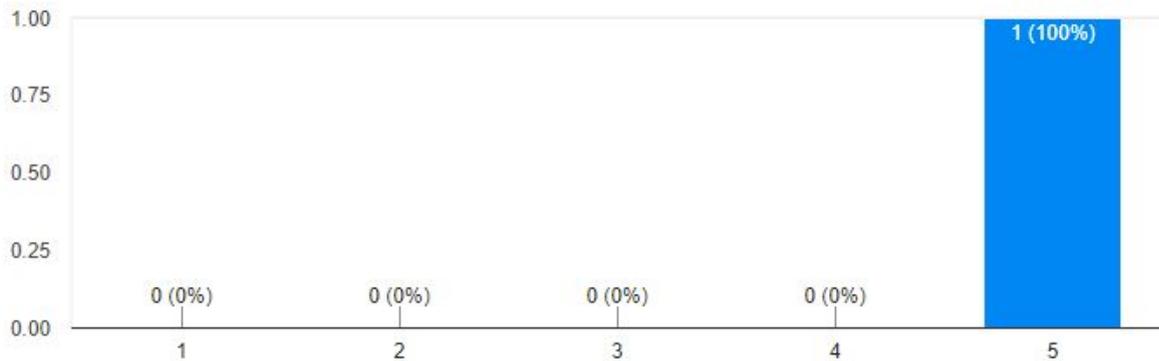
### Términos técnicos para dummies/Technical terms for dummies

1 response



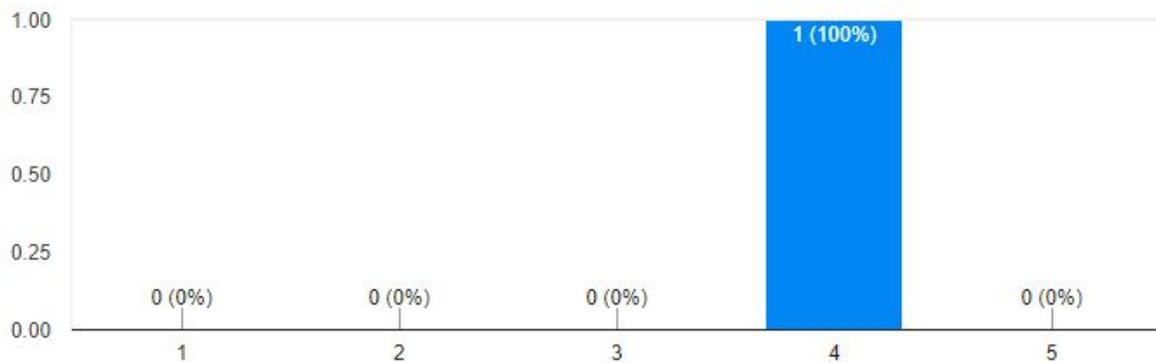
## IPv4 VS IPv6

1 response



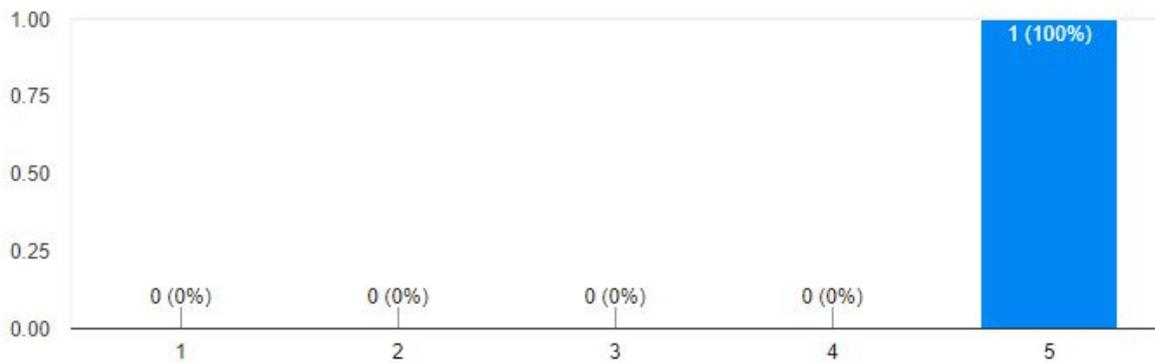
Cómo educar a nuestros clientes en temas técnicos (capacitaciones o campañas). Cuáles tienen más relevancia en la región./How to educate our clients on technical issues (training or campaigns)? Which are more relevant in the region?

1 response



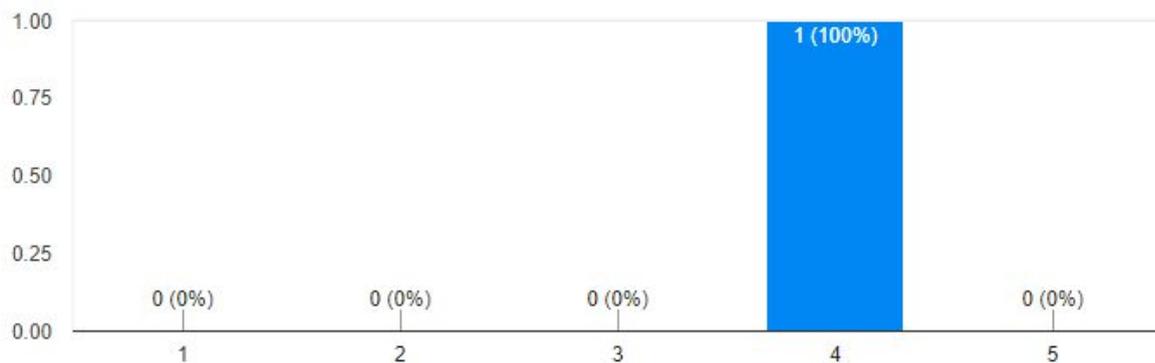
UX y UI - Casos de los sitios web de .CO; .BO; .CL; .AR/UX & UI - .CO; .BO; .CL; .AR websites cases

1 response



Brainstorming sobre los servicios complementarios que podemos ofrecer como ccTLD/Brainstorming about complementary services that we can offer as ccTLD

1 response



Les agradecemos a todos los presentadores por compartir sus experiencias con la comunidad.

Sobre la elaboración de la agenda de manera colectiva, el Grupo de Trabajo Comercial está abierto para quienes quieran unirse y contribuir.

El intercambio de información, buenas prácticas y conocimiento es lo que hace a los Talleres tan valiosos. Todos los comentarios recibidos serán tomados en cuenta para la mejora continua y la elaboración de la próxima agenda del Taller. El Grupos de Trabajo Comercial y el personal de LACTLD buscarán organizar un programa relevante para todos los miembros de la organización.

En cuanto sea definida la fecha y ubicación del próximo Taller Comercial se hará saber por correo electrónico.

We thank all presenters for sharing their experiences with the community.

On the elaboration of the agenda collectively, the Commercial Working Group is open for those who want to join and contribute.

The exchange of information, good practices and knowledge is what makes the Workshops so valuable. All comments received will be taken into account for continuous improvement and the elaboration of the next Workshop agenda. The Commercial Working Groups and LACTLD staff will seek to organize a relevant program for all members of the organization.

As soon as the date and location of the next Commercial Workshop is defined, it will be notified by email.