

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ G

MARKETING Y CRM

UNIEMPRESARIAL ESPECIALIZACIÓN EN ALTAGERENCIA

DESARROLLO ESTRATÉGICO

MARKETINGINTELI



JUAN CARLOR RODRÍGUEZ GÓMEZ



- Apasionado por el marketing
- 30 años trabajando con marcas, conociendo clientes e identificando caminos.
- Profesor en estrategia y marketing
- Consultor en creación y transformación de valor

DESARROLLO ESTRATÉGICO

MARKETINGINTELI



OBJETIVOS

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ G

NUEVO ENTORNO DE MARKETING

Conocer las nuevas tendencias de marketing en un nuevo entorno dominado por la tecnología y los cambios culturales

DESARROLLO ESTRATÉGICO

Entender el marketing como un proceso estratégico de generación de valor

RELACIONAMIENTO Y POSICIONAMIENTO Y VENTA EN EL MUNDO DIGITAL (CRM)

Entender como administrar los clientes , en el nuevo entorno tecnológico



JUAN CARLOS RODRÍGUEZ G

DESARROLLO ESTRATÉGICO
MARKETINGINTELI

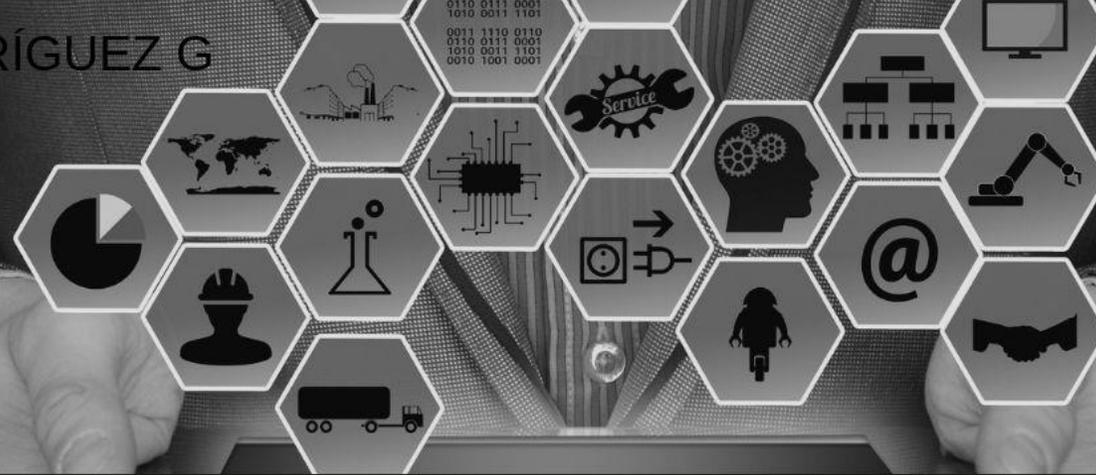
Nuevo entorno de marketing

Elementos del entorno

Nuevo entorno

Microentorno

Macroentorno



Desarrollo Estratégico

Marketing

SIM Sistema de Información de marketing

Objetivos Estratégicos

El plan estratégico de marketing

El plan operativo de marketing

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ G



72%



59%



DESARROLLO ESTRATÉGICO

MARKETINGINTELI



Relacionamiento y posicionamiento y venta en el mundo digital CRM

CRM

Administración de los clientes

Mailing

Automatización de campañas

BIG DATA e Inteligencia Artificial



JUAN CARLOS RODRÍGUEZ G

DESARROLLO ESTRATÉGICO
MARKETINGINTELI

Nuevo entorno de marketing

Elementos del entorno

Nuevo entorno

Microentorno

Macroentorno



Nos enfrentamos a un mundo lleno de nuevas oportunidades, al mundo de la innovación de la tecnología del emprendimiento de la disrupción

NETFLIX

NO MATÓ A BLOCKBUSTER

Los ridículos cargos por pagos atrasados lo hicieron

UBER

NO MATÓ A LOS TAXIS

El acceso limitado a taxis, el mal servicio y el control de tarifas lo hicieron

Apple

NO MATÓ A LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA

El obligar a comprar álbumes completos lo hizo

amazon

NO MATÓ A OTROS MINORISTAS

El mal servicio y experiencia del cliente lo hicieron

airbnb

NO ESTÁ MATANDO A LA INDUSTRIA HOTELERA

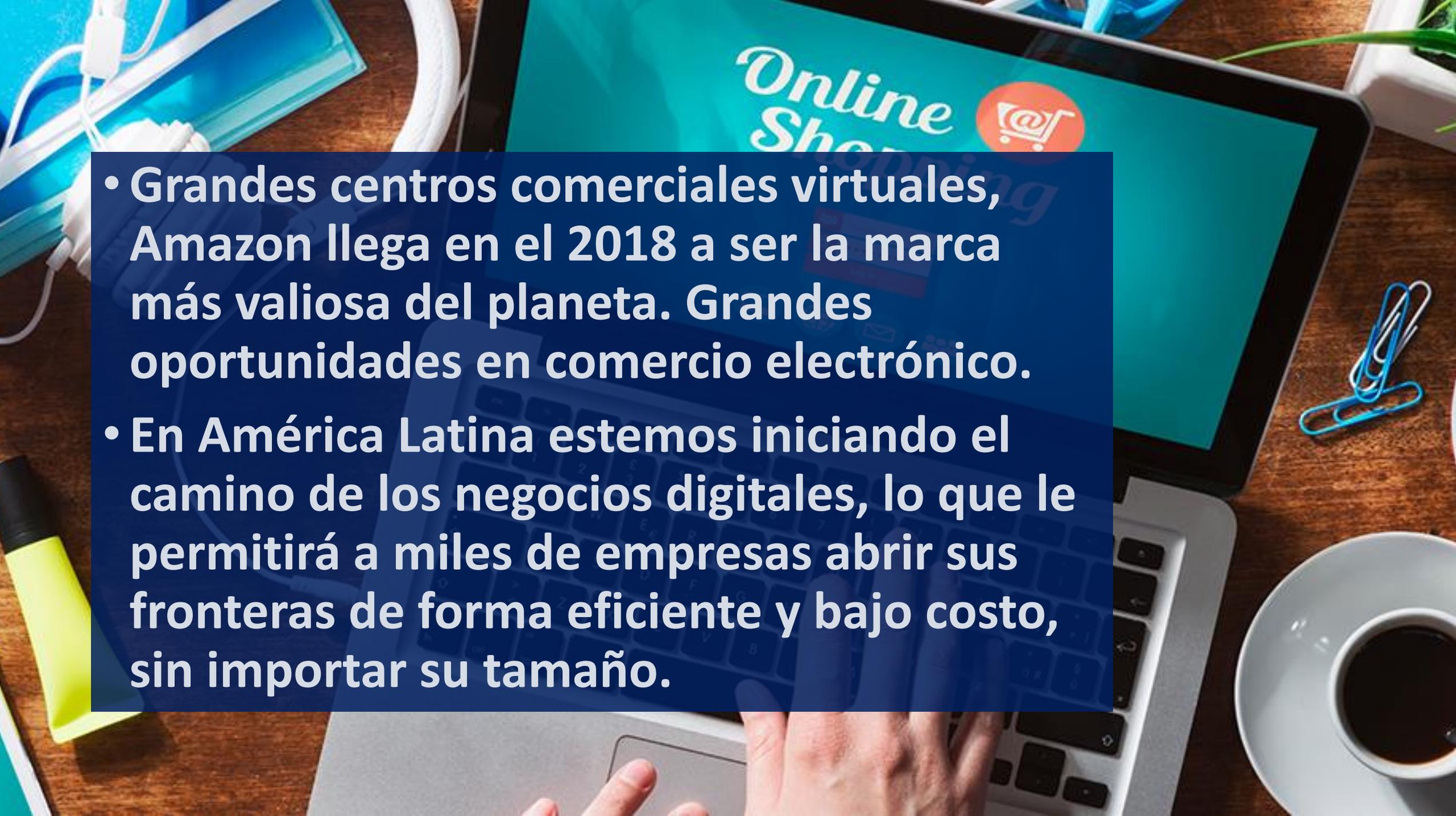
La disponibilidad limitada y las opciones de precios lo hicieron

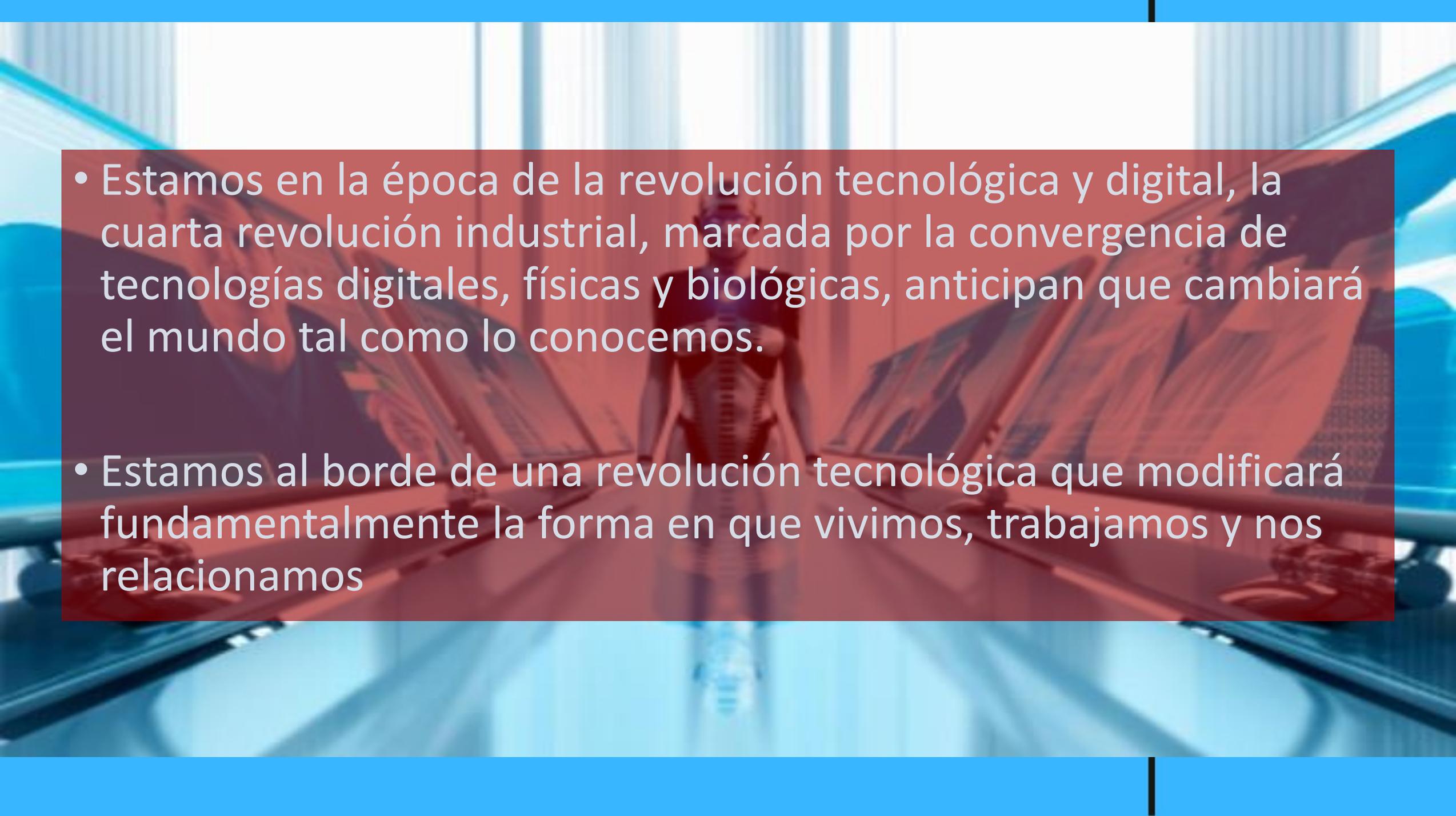
La tecnología por sí misma no es el verdadero disruptor

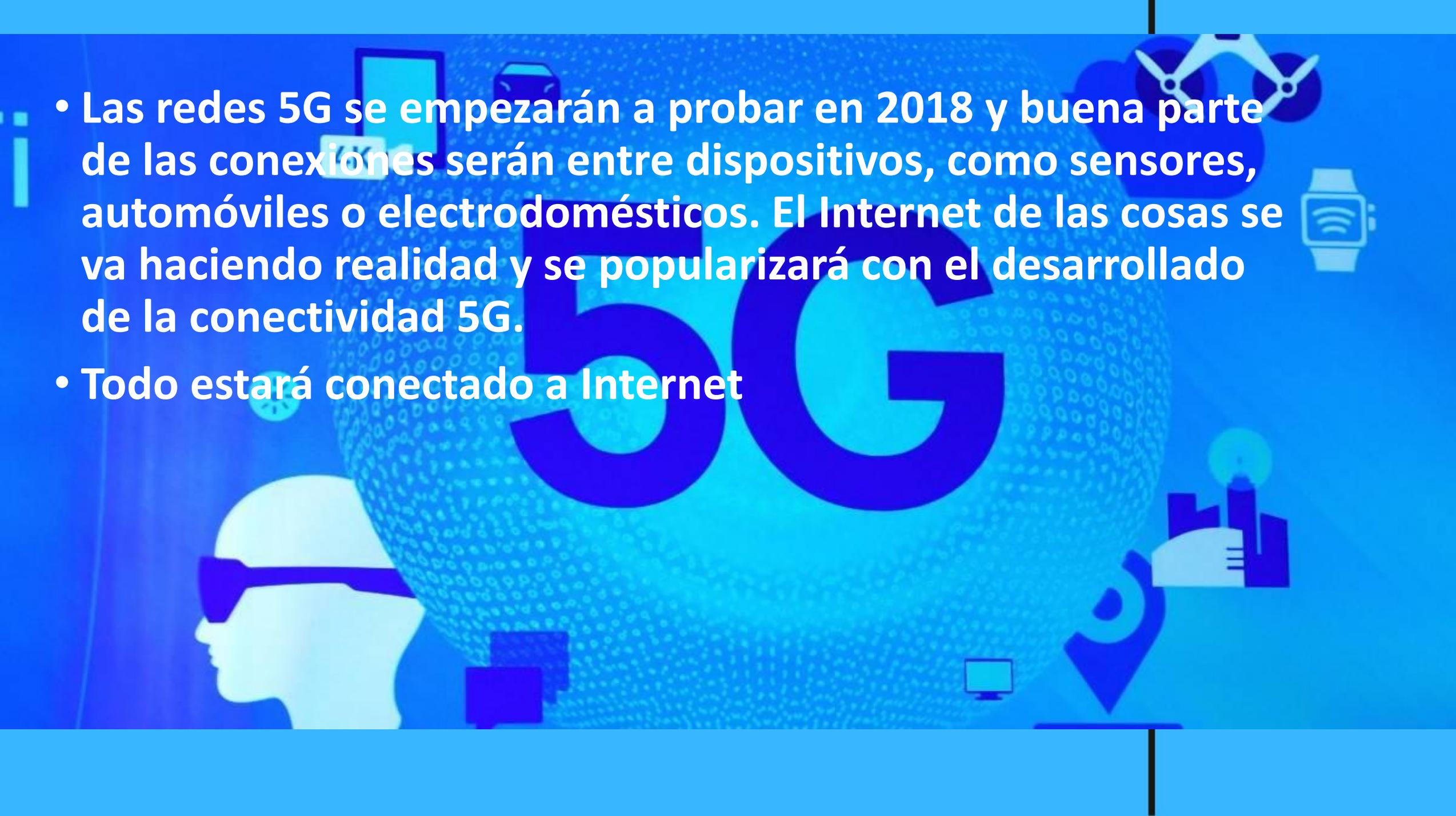
NO CENTRARSE EN EL CLIENTE ES LA MAYOR AMENAZA PARA CUALQUIER NEGOCIO

#Viral



- 
- **Grandes centros comerciales virtuales, Amazon llega en el 2018 a ser la marca más valiosa del planeta. Grandes oportunidades en comercio electrónico.**
 - **En América Latina estamos iniciando el camino de los negocios digitales, lo que le permitirá a miles de empresas abrir sus fronteras de forma eficiente y bajo costo, sin importar su tamaño.**

- 
- A futuristic laboratory setting with a person in a transparent, anatomical bodysuit standing in a hallway lined with computer monitors. The scene is bathed in blue and red light, creating a high-tech, scientific atmosphere. The person is positioned in the center of the frame, looking forward. The monitors on either side display various data and graphs, suggesting a complex, data-driven environment.
- Estamos en la época de la revolución tecnológica y digital, la cuarta revolución industrial, marcada por la convergencia de tecnologías digitales, físicas y biológicas, anticipan que cambiará el mundo tal como lo conocemos.
 - Estamos al borde de una revolución tecnológica que modificará fundamentalmente la forma en que vivimos, trabajamos y nos relacionamos

- 
- The background is a vibrant blue gradient. In the center, the letters '5G' are rendered in a large, bold, white font. Behind the '5G' text is a large, textured sphere composed of small white dots. Surrounding the sphere are various white icons: a smartphone, a car, a drone, a smartwatch, a person wearing AR glasses, a factory, a location pin, a laptop, and a speech bubble. The overall theme is digital connectivity and smart technology.
- Las redes 5G se empezarán a probar en 2018 y buena parte de las conexiones serán entre dispositivos, como sensores, automóviles o electrodomésticos. El Internet de las cosas se va haciendo realidad y se popularizará con el desarrollado de la conectividad 5G.
 - Todo estará conectado a Internet

- En 2020 el tráfico de datos por los teléfonos inteligentes se multiplicará por 10 en el mundo. Habrá 26.000 millones de dispositivos conectados a Internet. El Big Data con Millones y millones de datos procedentes de cualquier dispositivo y lugar.

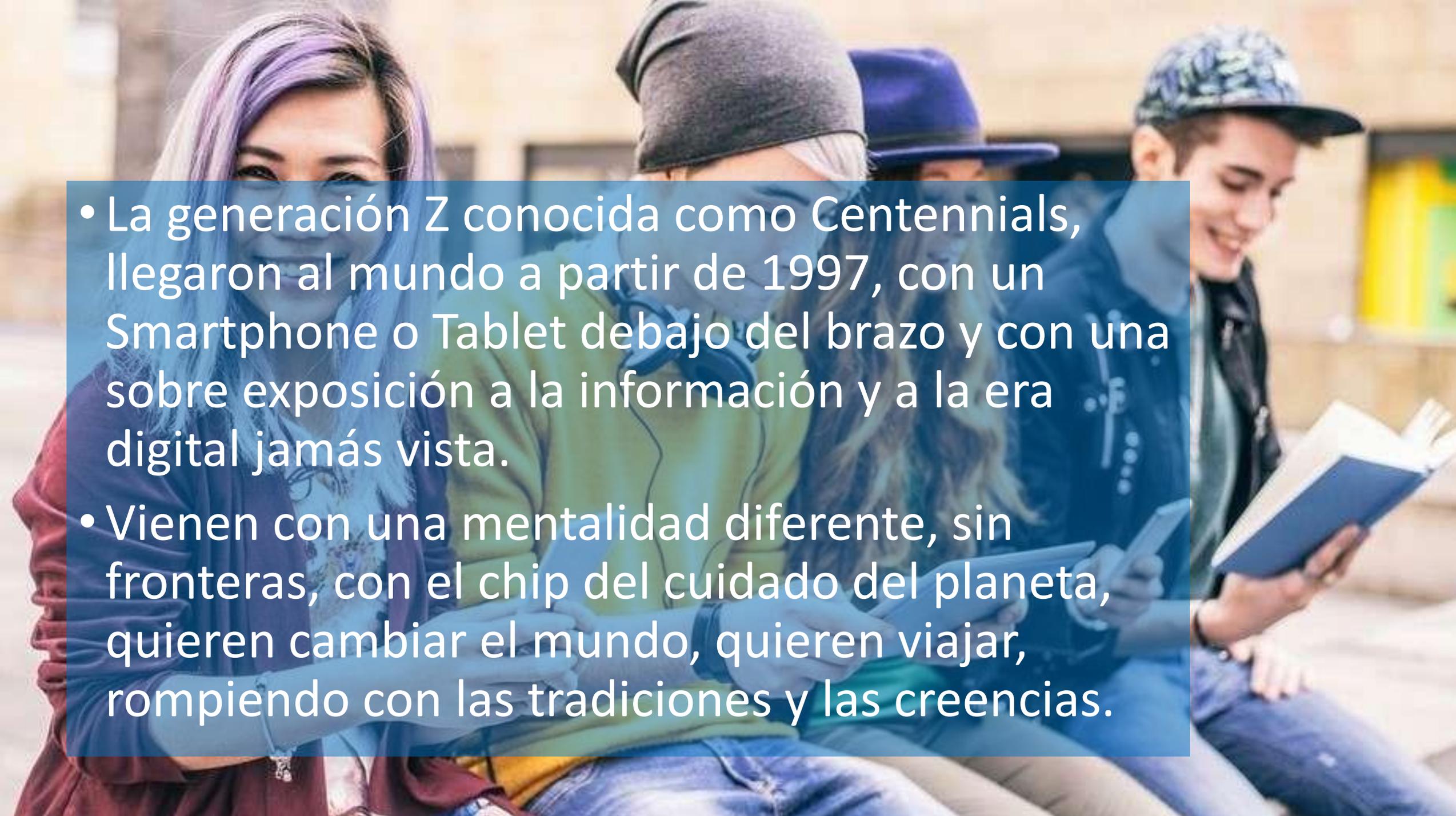


**BIG
DATA**

- **Importancia de la salud y sentirse bien desde el punto de vista físico y mental, crece el interés por la vitalidad, los deportes extremos, la maratones, el ciclismo, el fútbol es una religión que cubre todo el planeta .**
- **Vivir la vida con libertad, viajar sin ataduras .**
- **Vamos a vivir más tiempo y en 2050 la población mayor de 65 años pasará del 8,9% actual al 17%**



- 
- **Mejorar la experiencia del cliente como forma de fidelizar se ha convertido en la gran preocupación de todas las empresas, se necesitan soluciones informáticas para adaptar la experiencia del cliente al e-commerce y a los canales digitales de empresas de todos los sectores.**

- 
- A group of young people, likely students, are sitting outdoors on a bench. They are dressed in casual, contemporary clothing like hoodies, jackets, and beanies. One person in the foreground is looking at a smartphone, while others are looking at books or other devices. The background is a blurred outdoor setting with a brick wall and some greenery.
- La generación Z conocida como Centennials, llegaron al mundo a partir de 1997, con un Smartphone o Tablet debajo del brazo y con una sobre exposición a la información y a la era digital jamás vista.
 - Vienen con una mentalidad diferente, sin fronteras, con el chip del cuidado del planeta, quieren cambiar el mundo, quieren viajar, rompiendo con las tradiciones y las creencias.



- Los e-Commerce están revolucionando los sistemas de compra tradicionales y avanza constantemente introduciendo nuevas estrategias, técnicas y modelos para optimizar la compra por Internet, y mejorar la experiencia de los clientes
- Los métodos de pagos o la personalización de los procesos o las Social Commerce son algunas de las **tendencias**



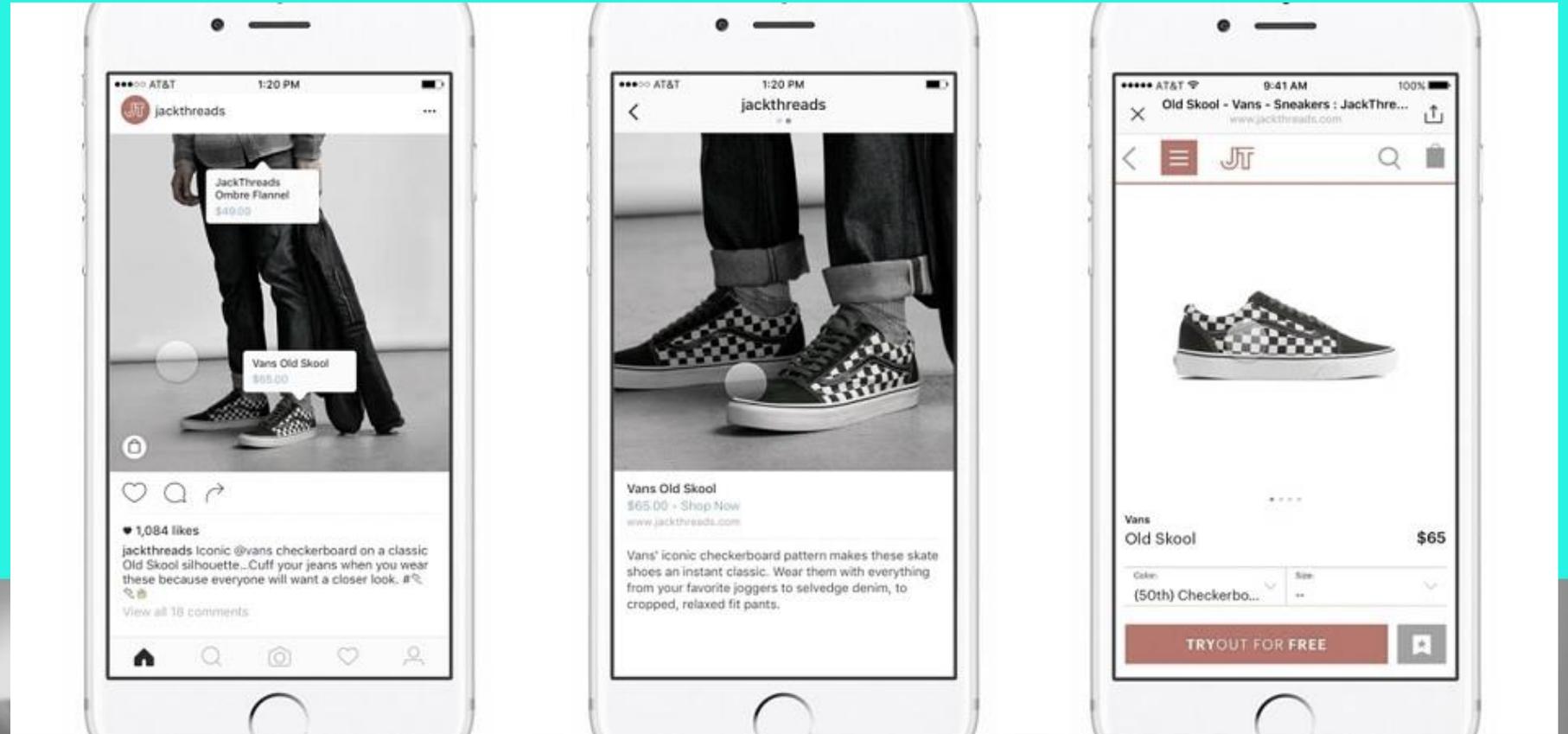
El e-commerce y el servicio al cliente

- Una de las tendencias digitales que más se repite en todas las áreas son **los chatbots que impulsados por un mejora de la Inteligencia Artificial (IA)** han potenciado su eficacia y son una herramienta realmente útil dentro del área de atención al cliente.
- Los consumidores demandan cada vez una atención más directa y personalizada.



- El Social Commerce, **las comunidades y perfiles sociales a la hora de vender son muy importantes.**

El social commerce



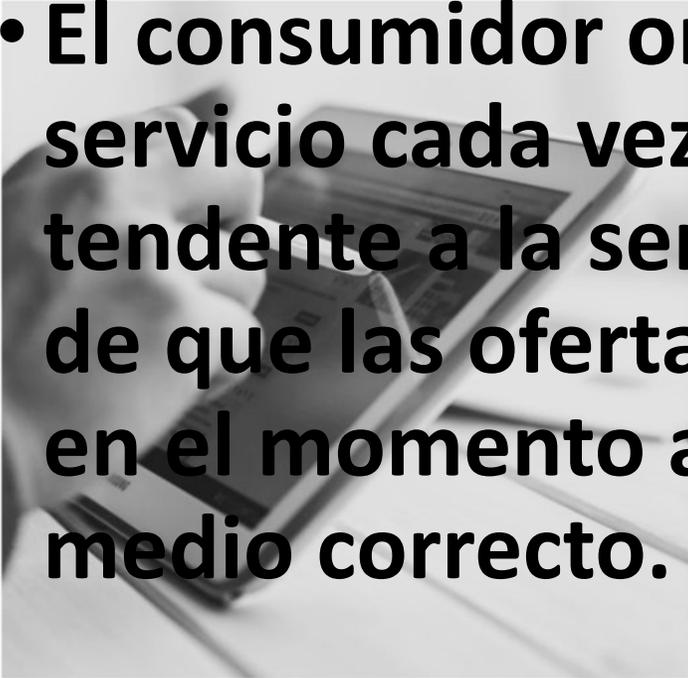
Experiencia en la compra

- La instantaneidad es una necesidad en un mundo dominado por los micro momentos, en el que los usuarios piden **rapidez y buena experiencia de navegación.**



Experiencia en la compra

- El consumidor online espera un servicio cada vez más eficaz y tendente a la sencillez, además de que las ofertas se le presenten en el momento adecuado y en el medio correcto.



Experiencia en la compra

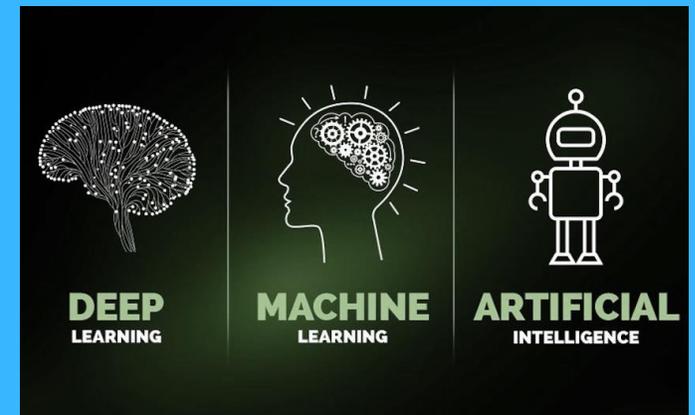
- Una experiencia de cliente poderosa debe estar basada en **contenido visual inspirador y atractivo**, que incite no sólo a convertir, sino que genere un vínculo con el vendedor.



La IA y el e-commerce



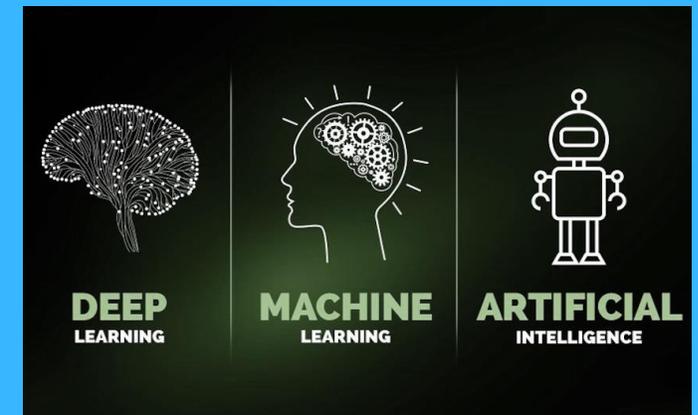
- Gracias a la AI, los e-commerce son capaces de **absorber grandes cantidades de información sobre sus clientes**, de manera que pueden orientar mejor sus ofertas y comunicaciones comerciales.



La IA y el e-commerce



- Por ejemplo, las **recomendaciones personalizadas en tiempo real** dan respuestas oportunas e inmediatas a **un consumidor que no quiere perder ni un segundo cuando compra por Internet.**



El visual commerce.

- **De un solo vistazo a una imagen somos capaces de procesar la información hasta 60 mil veces más rápido** que si nos enfrentáramos a un texto escrito.
- **Eso no es todo, el contenido visual también se retiene mejor: recordamos el 80% de lo que vemos.** Se ha demostrado, además, que las imágenes atractivas obtienen un 94% más de visitas.
- El poder del vídeo es insuperable. Un vídeo presentando un producto puede suponer un aumento de las ventas del 40% y los usuarios que ven vídeos tienen un 1,8 veces más probabilidades de comprar.





- Los marketplaces funcionan de forma sencilla, efectiva, rápida y económica, tanto para clientes como para vendedores. Estas plataformas aportan ventajas competitivas para aquellos dispuestos a vender sus productos en ellas.



Marketplaces



- Es fácil trabajar con ellos: **conlleven una gran cantidad de tráfico**, incomparable con el que puede tener un negocio online más pequeño e incluso, en algunos casos, permiten que se pueda vender sin contar con una plataforma online previa.

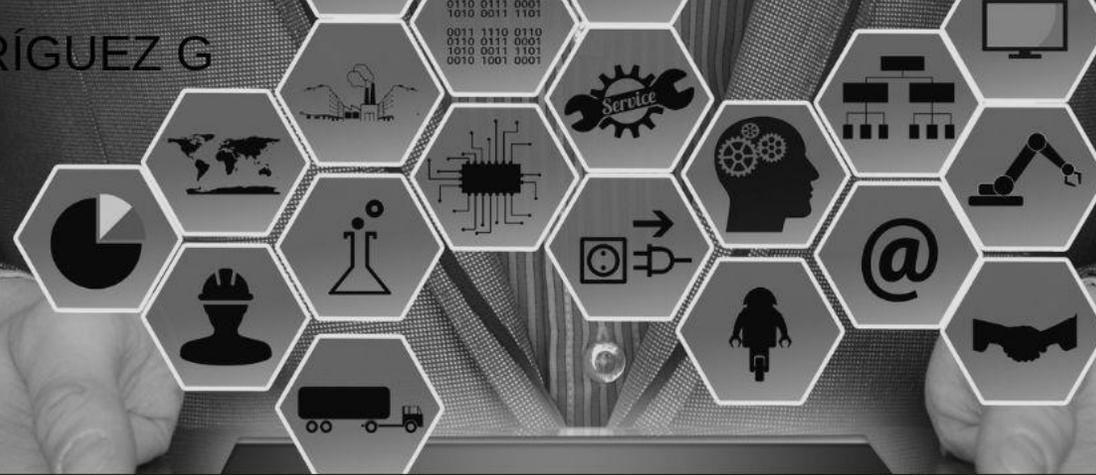


Marketplaces



- Para los clientes también aporta ventajas como la **existencia de una gran competencia entre marcas**, que fomenta que los precios bajen y que se ofrezcan promociones y ofertas, o la **garantía de que el pago se va a realizar de forma segura**, sin poner en peligro los datos del usuario.





Desarrollo Estratégico

Marketing

SIM Sistema de Información de marketing

Objetivos Estratégicos

El plan estratégico de marketing

El plan operativo de marketing

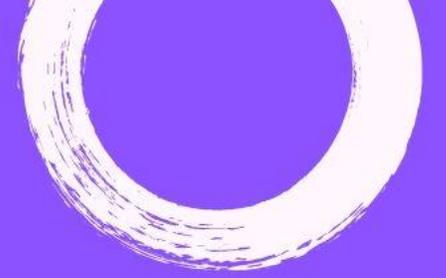
LO PRIMERO QUE DEBEMOS DEFINIR



¿QUÉ ES
MARKETING ?

**¿CUÁL ES EL APORTE DEL
MARKETING A NUESTRAS
ORGANIZACIONES?**





**LA ESENCIA DEL
MARKETING ES LA
GENERACIÓN DE
VALOR**



RELACIONES PERDURABLES CON LOS CLIENTES



A CAMBIO OBTENER

EL VALOR DE LOS CLIENTES



¿Qué hacemos en marketing?





El cliente es
el centro de
la estrategia

Qué queremos hacer



Vender

Desarrollar
prospectos

Construir marca

Relacionamiento

Informar/
medios

Crear comunidad