



JUAN CARLOS RODRÍGUEZ G

SECRETOS DEL MARKETING PARA PYMES

UNIEMPRESARIAL AGOSTO 2019

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ GÓMEZ

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



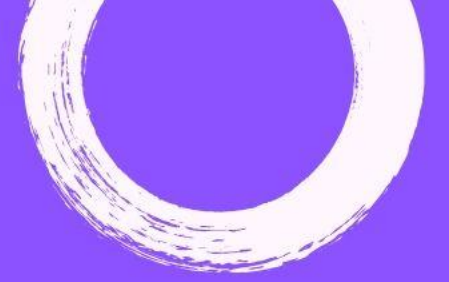
LO PRIMERO QUE DEBEMOS DEFINIR



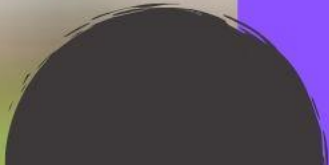
¿QUÉ ES
MARKETING ?

**¿CUÁL ES EL APOORTE 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





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

U B E R

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

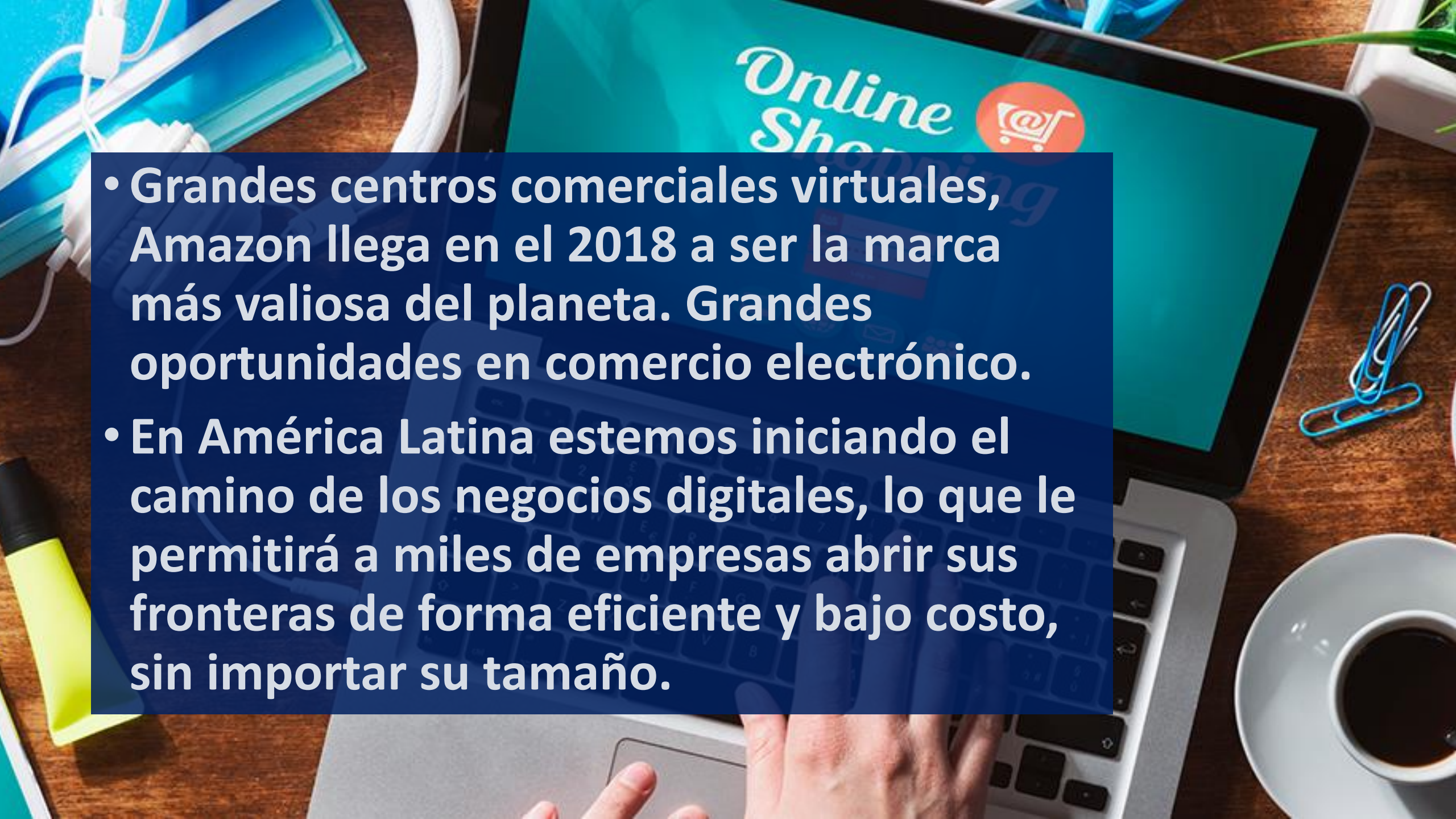
La tecnología por sí misma no es el verdadero disruptor

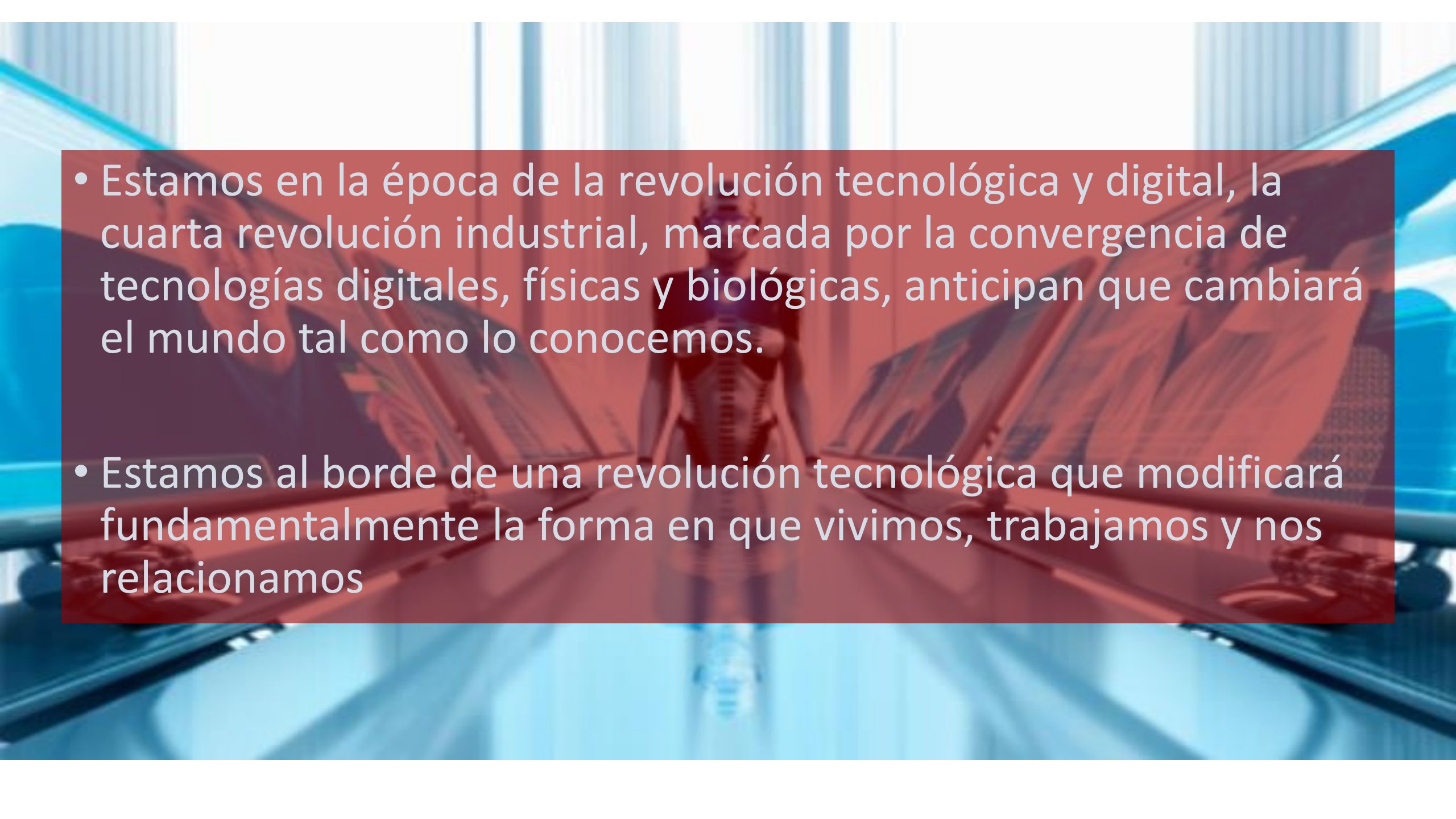
NO CENTRARSE EN EL CLIENTE ES LA MAYOR AMENAZA PARA CUALQUIER NEGOCIO

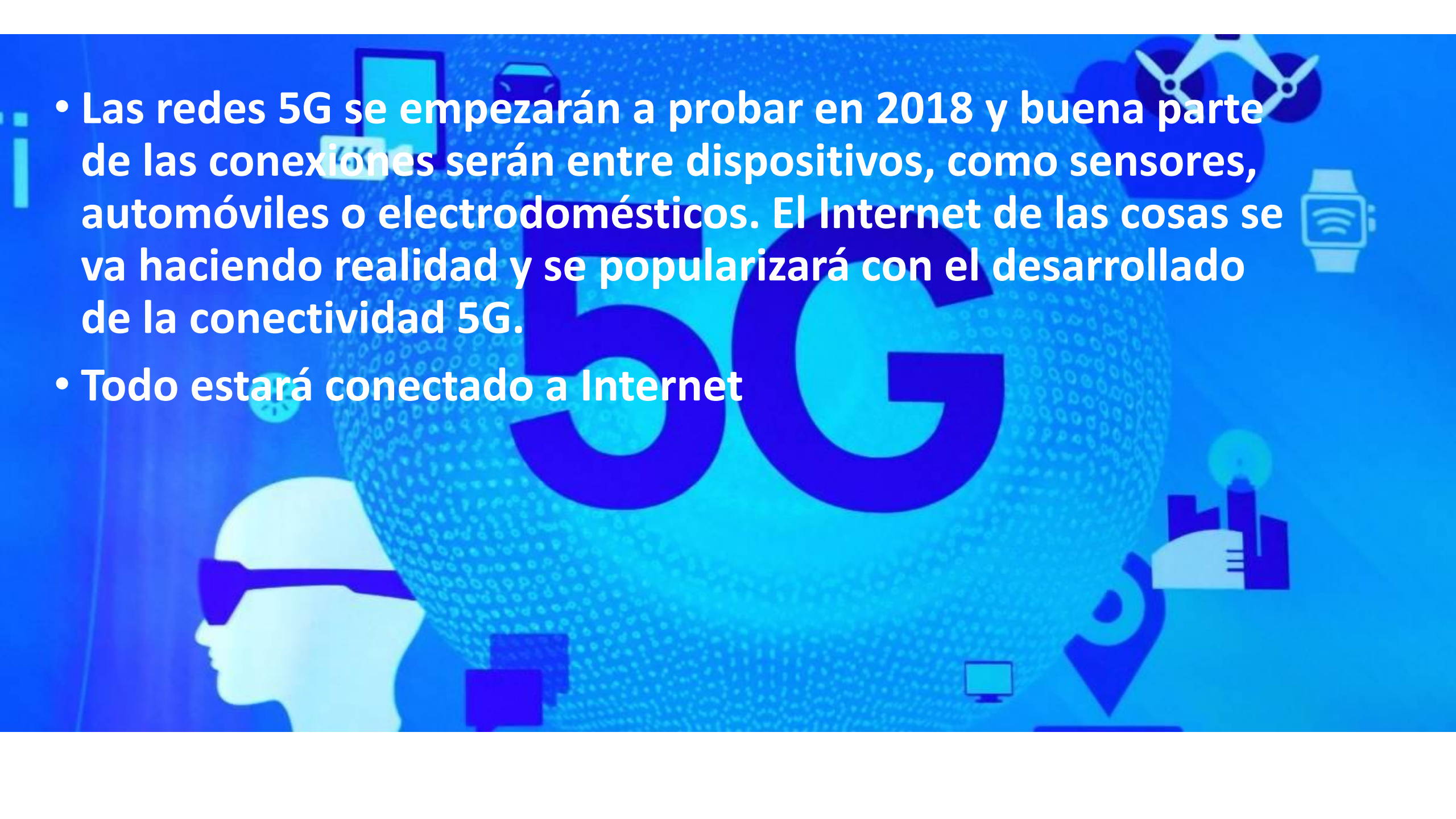
#Viral

ROLLO ESTRATÉGICO



- 
- 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.

- 
- 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 with a large, textured '5G' in the center. Surrounding the text are various white icons: a smartphone, a car, a drone, a smartwatch, a person wearing AR glasses, a factory, and a computer monitor. 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 desarrollo 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.

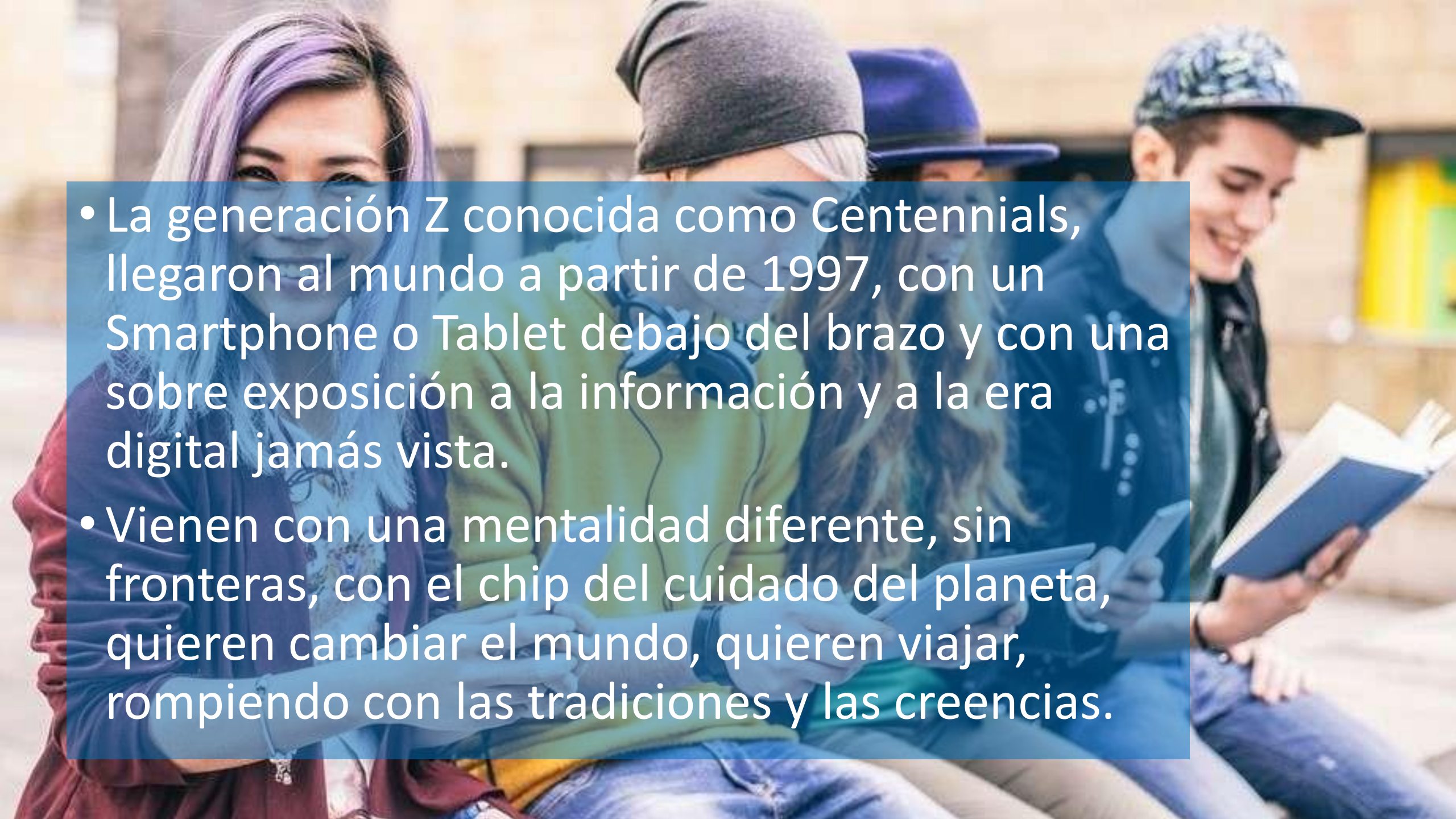


BIG DATA

- **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.**

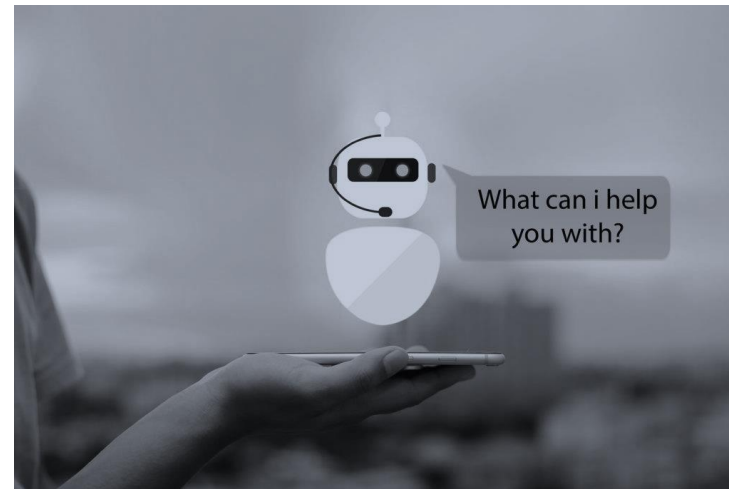
- 
- A group of four young people are sitting outdoors on a paved surface. In the foreground, a young woman with long, light purple hair is smiling at the camera. Behind her, a person wearing a grey beanie and a green jacket is looking down at a tablet. To their right, another person in a blue hat is also looking at a device. On the far right, a young man in a patterned cap is smiling while holding an open book. 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 una 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.

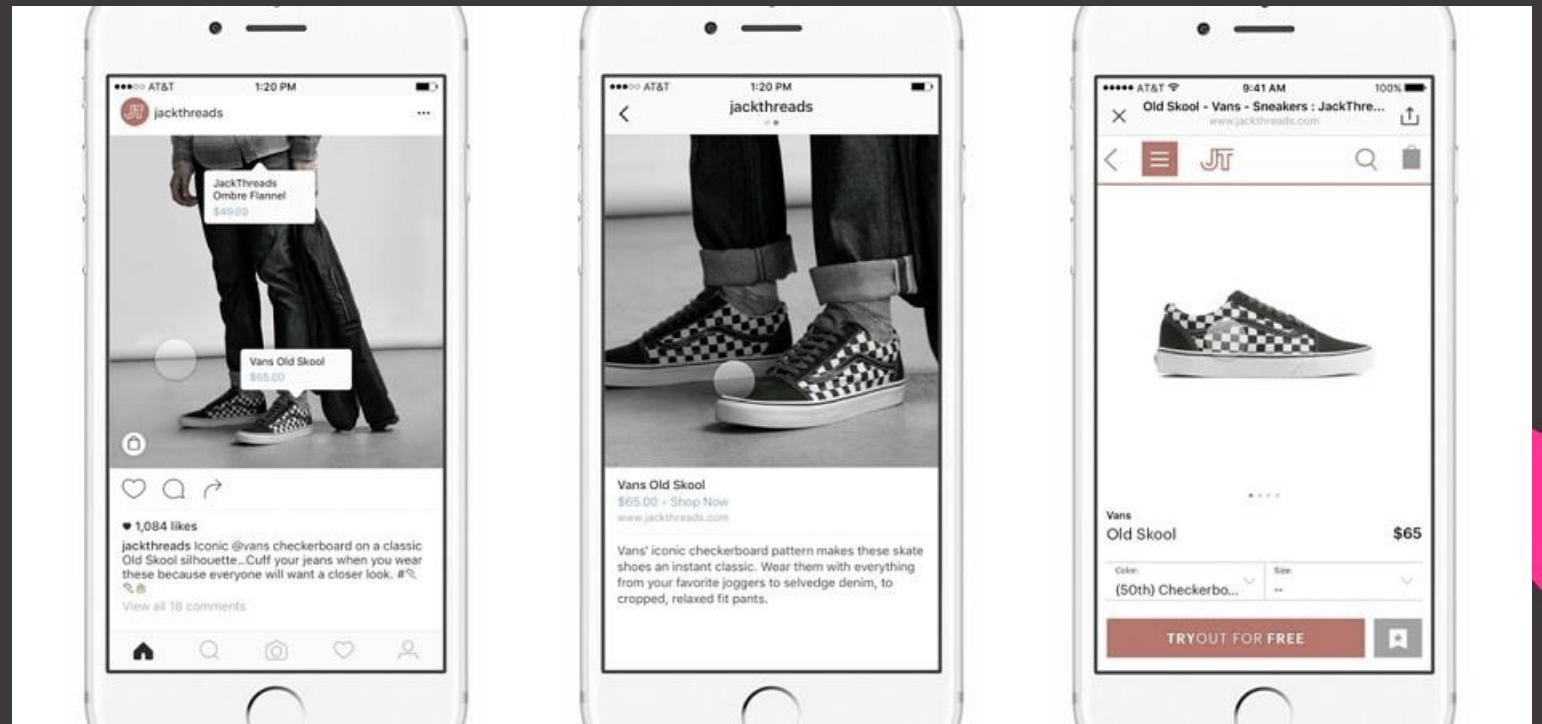


JUAN CARLOS RODRÍGUEZ GÓMEZ

Modelo
MKI

El social commerce

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



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.**



- 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

DESARROLLO ESTRATÉGICO
MARKETINGINTELI

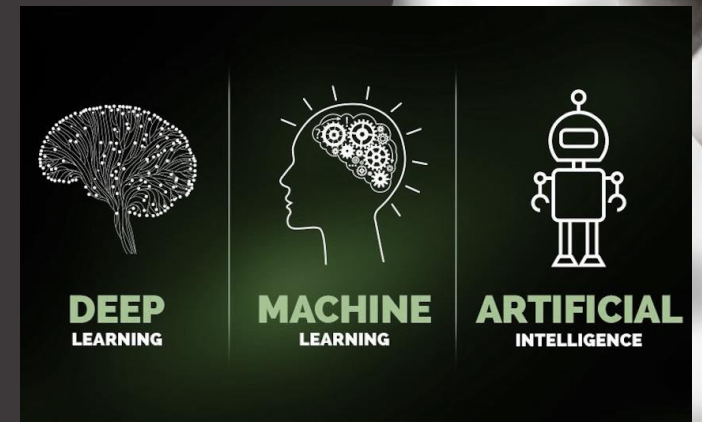
- Una experiencia de cliente poderosa debe estar basada en **contenido visual inspirador y atractivo**, que incite no sólo a convertir, sino que genere un vínculo con el vendedor.

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ GÓMEZ



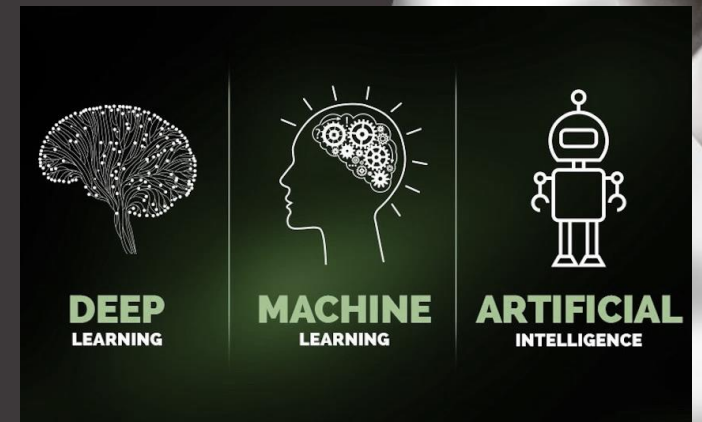
La IA y el e-commerce

- 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.

DESARROLLO ESTRATÉGICO

MARKETINGINTELI

- 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.



EZ



- 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.



Cuál es el nivel de madurez digital de su empresa





Significado del Marketing Digital



Marketing digital

- Marketing es un proceso de generación de valor, para conseguir relaciones perdurables con los clientes a cambio del valor de los mismos.
- Hoy en día las nuevas tecnologías, aportan nuevas herramientas en este valioso proceso organizacional, optimizando los procesos comerciales y de relación con los clientes sin importar el tamaño de las empresas, como parte de las estrategias integrales de comercialización y marketing.

Modelo
MKI

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ GÓMEZ



Qué es marketing digital

DESARROLLO ESTRATÉGICO

MARKETINGINTELI

- El marketing digital es la aplicación de las estrategias de comercialización, ventas y posicionamiento de marca llevadas a cabo en los medios digitales.



JUAN CARLOS RODRÍGUEZ GÓMEZ

Qué es marketing digital



- Marketing digital o el uso de Internet en el marketing se refiere a la forma como el Internet puede ser usado en conjunción con los medios tradicionales para adquirir y entregar productos y servicios a los consumidores.

Marketing digital

- Es importante anotar que el marketing digital es un complemento del marketing tradicional no un sustituto.



Marketing digital

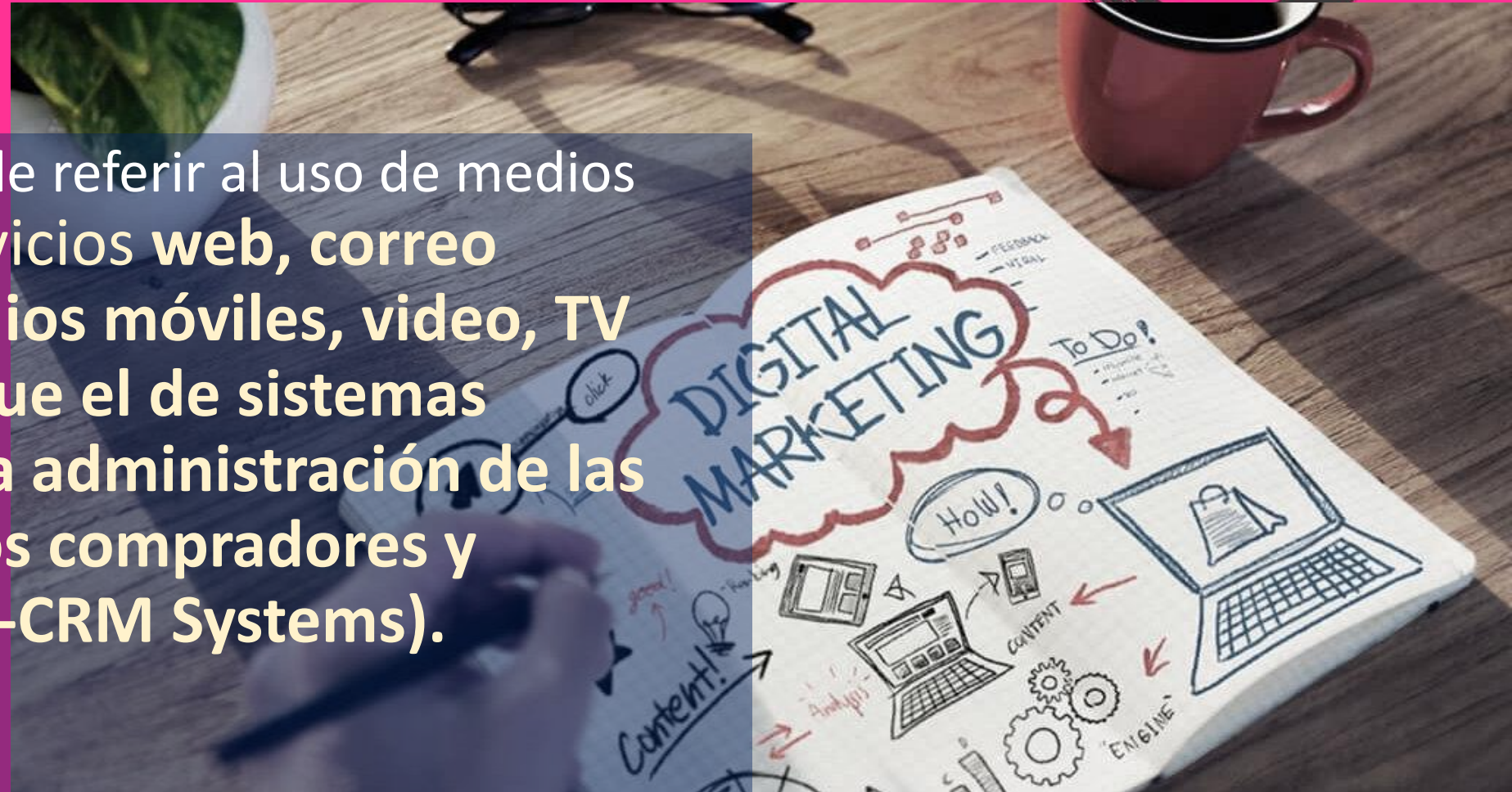
- El marketing es uno solo y las herramientas del mundo digital entran a complementarlo, a hacerlos más efectivo y de fácil uso en cualquier tamaño de empresa.



JUAN CARLOS RODRÍGUEZ GÓMEZ

Marketing Digital

- Igualmente se puede referir al uso de medios digitales como **servicios web, correo electrónico, medios móviles, video, TV digital**, al igual que el de sistemas electrónicos para administración de las relaciones con los compradores y consumidores (**e-CRM Systems**).



Marketing Digital

- Para conseguir de forma rentable y retener los clientes a lo largo del ciclo de compras y el ciclo de vida de los consumidores

Modelo
MKI



JUAN CARLOS RODRÍGUEZ GÓMEZ

Marketing digital



- La tecnología no debe ser el fin último del marketing digital, sino, ***el retorno a la inversión ganando nuevos clientes y manteniendo las relaciones con los existentes***

Dave chaffey



Marketing digital



- El marketing digital tiene como propósito mejorar el posicionamiento de las marcas, generar vínculos emocionales con los compradores y llevar tráfico a los puntos de venta físicos y virtuales.



La transformación digital

- *La transformación digital lleva a la construcción de nuevos modelos de negocio y la explotación de un mundo de nuevas oportunidades en los campos del marketing, del relacionamiento con los clientes, del comercio electrónico y la eficiencia en costos y procesos.*
- **La transformación digital implica la inversión en el desarrollo de capacidades digitales que deben estar completamente alineadas.**

La madurez Digital

- La transformación digital implica que las empresas inviertan en capacidades digitales alineadas con la estrategia global de la organización.
- El desarrollo de estas capacidades se debe realizar de manera integrada en todas las dimensiones de la empresa:
 - Estrategia, cultura, gente, sistemas de gestión, procesos de trabajo y tecnología.

La madurez Digital

DESARROLLO ESTRATÉGICO

MARKETINGINTELI

- La transformación digital requiere de la participación interdisciplinaria, redefiniendo las bases y las premisas con respecto a la competencia, la forma como se atienden y se satisfacen las necesidades de los clientes y la forma como se generan ingresos y rendimientos.
- **Los modelos de madurez digital implican un proceso de evolución y progreso de largo plazo a través de cambios progresivos en las capacidades de la organización.**



JUAN CARLOS RODRÍGUEZ GÓMEZ



¿Estamos listos para hacer marketing en el nuevo entorno?

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ GÓMEZ





DESARROLLO ESTRATÉGICO

MARKETINGINTELI

marketinginteli.com

Más de 30.000 visitantes al mes. Uno de los portales de marketing de habla hispana más visitados

www.marketinginteli.com

JUAN CARLOS RODRÍGUEZ GÓMEZ

