



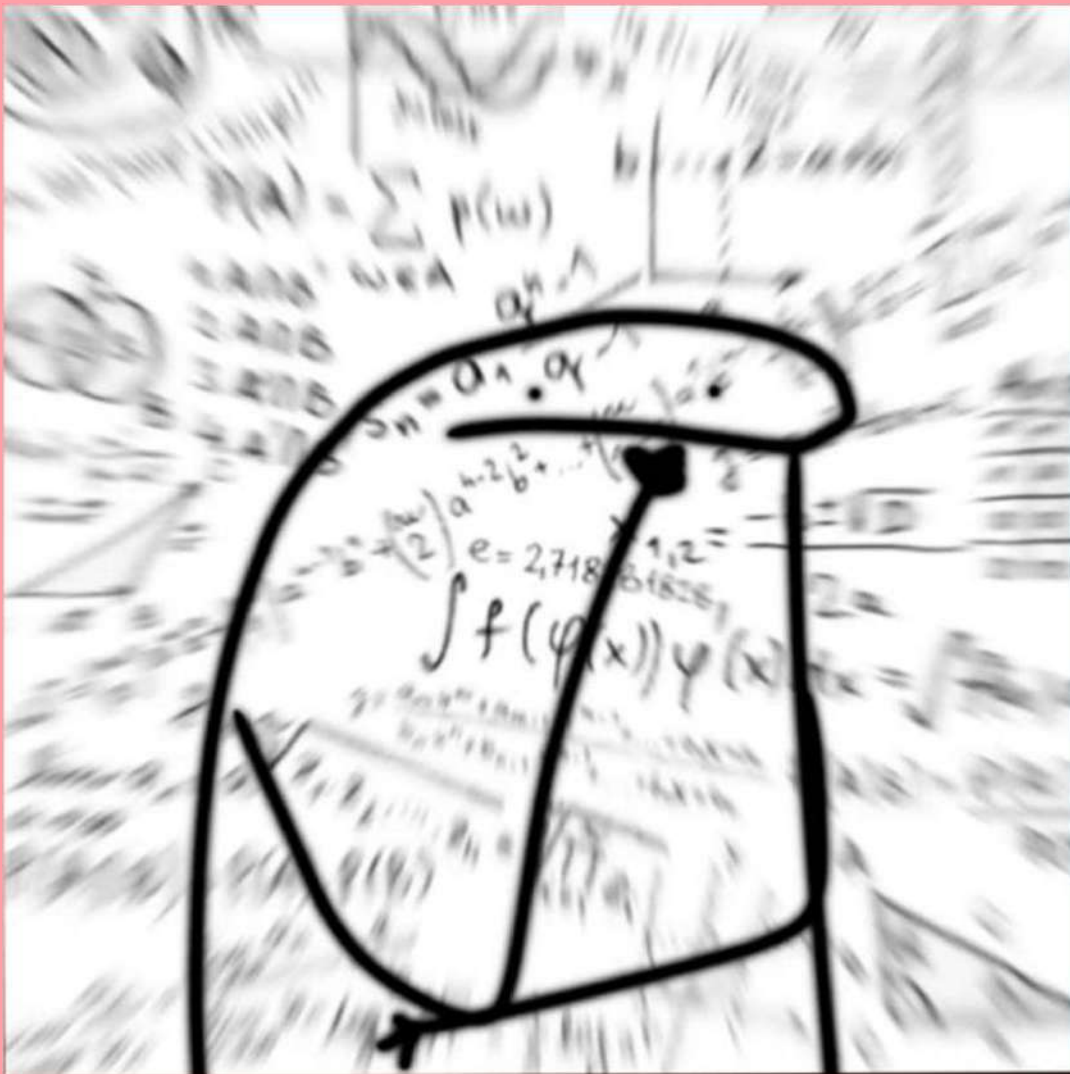
SEÑORA

***Marketing; para cuando el marketing
supera la suerte***

Desarrollo de una estrategia para vender, arrendar o desarrollar
un mundo nuevo

**MANUELA
VILLEGAS**

Empecemos - SIN MIEDO AL ÉXITO



Chicos, Chicas & Chiques
Prepárense para una de las presentaciones más técnicas que verán hoy

- No apta para data fobicos
- No apta para Boomers de tecnología
- No apta para los que creen en gurús
- AMÉRICA LATINA ES DIFERENTE A LA TEORÍA - SE APLICA DIFERENTE

Problema

Todos tenemos un amigo que triunfó en digital.

todos sabemos de un caso que lo logró.

Todos sabemos de alguien que lo está logrando en **Marketing digital**.



***La fórmula no es muy clara,** pero esta persona lo está logrando.

★ ¿Cuál es tu problema de marketing “ventas” o **comunicación de tu compañía - marca personal?**

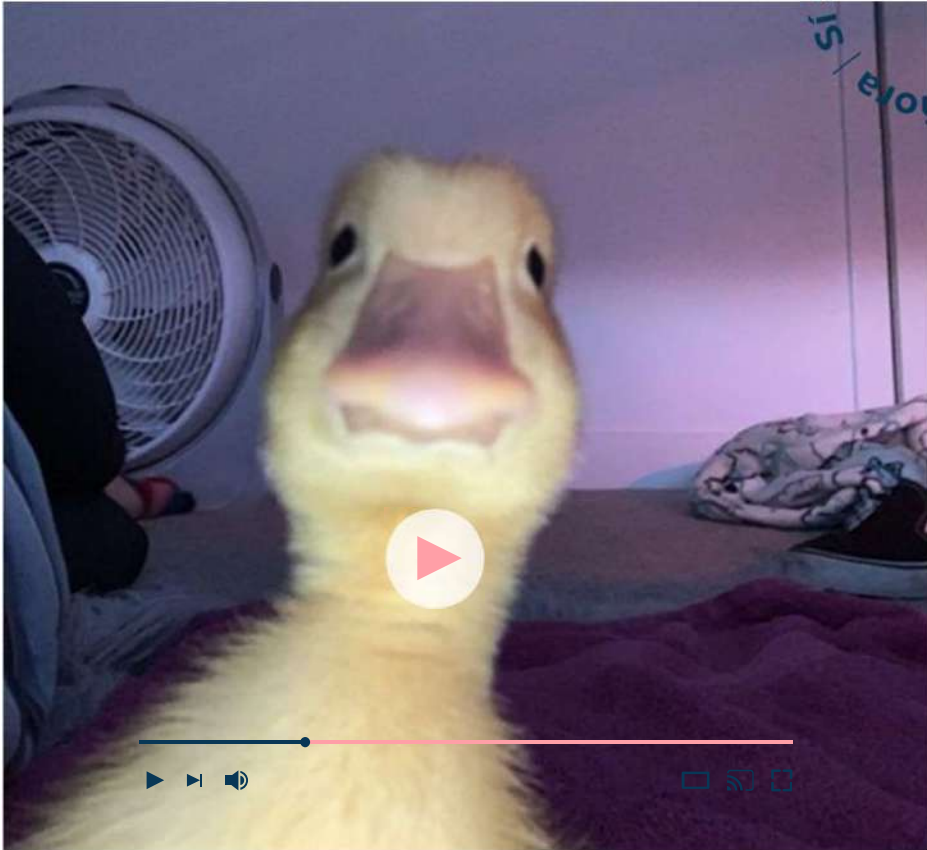
- ¿Cómo estás transformando tu compañía?
- ¿A dónde la quieres llevar?
- ¿Cómo está tu marca personal?

★ ¿Cuál es tu problema en **tu modelo de escalabilidad?**

- ¿Cuál es tu meta de facturación atribuida a digital?
- ¿Cómo escalas tu imagen?
- ¿Para qué escalas tu imagen?

★ ¿Qué es tu modelo de Comunicación? **¿Cuál es referente?**

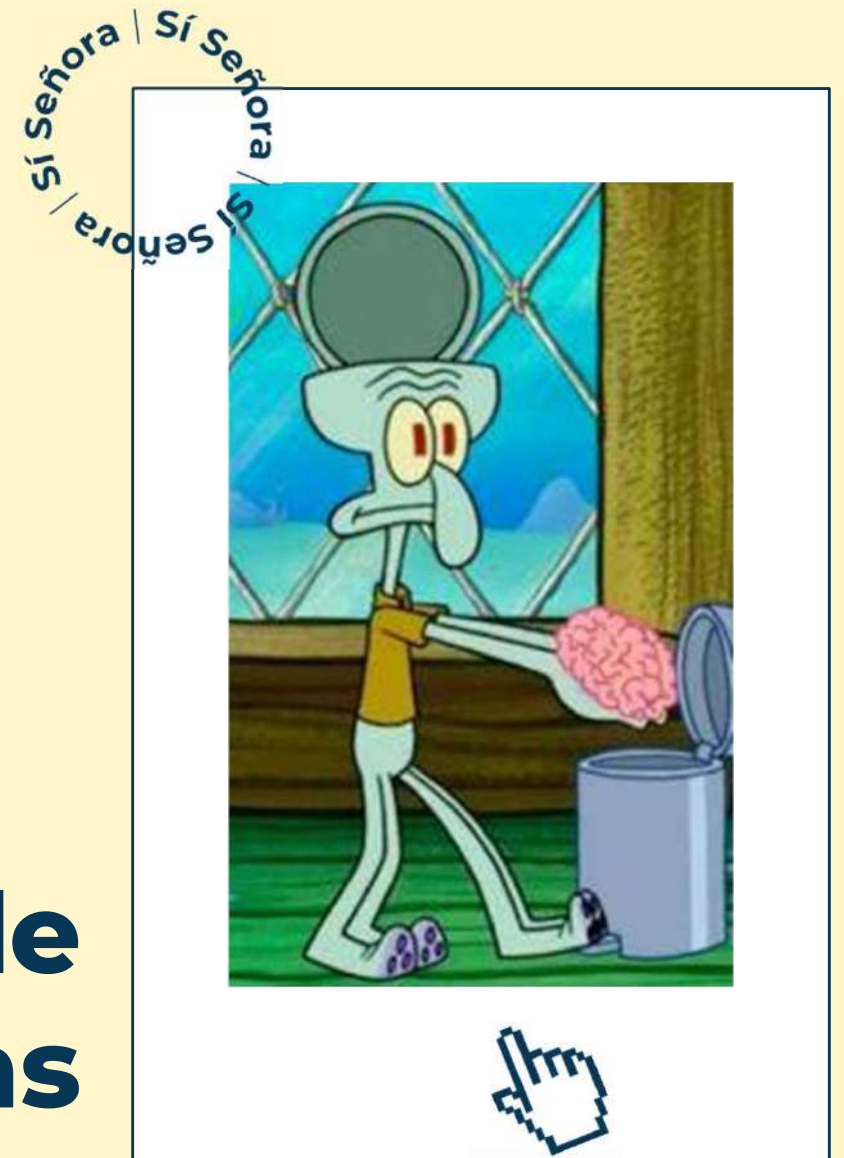
- ¿Cómo innovar en producto, presentación, mensaje?
- ¿Para qué escalas tu imagen?
- ¿Por qué lo haces?



★ **Estas preguntas tienen una razón** 

- ★ **¿Cómo están tus activos digitales?**
 - ¿Te están llegando leads de calidad?
 - ¿estas logrando tus objetivos?
- ★ **¿Tienes automatizada la operación?**
 - ¿Cuál es tu meta de facturación atribuida a digital?
 - ¿Revisas la analitica de tus redes?
- ★ **¿Qué esperas de tus canales digitales?**
 - ¿Cómo innovar en producto, presentación, mensaje?
 - ¿Cómo mostrarte mejor?

**Hablemos de
síntomas**



¿Qué modelo estratégico tiene tu compañía?



Estás buscando **adquisición**

- ¿Cuántos Clientes necesitas?

Estás buscando **retención**

- Buscas un modelo inbound O Flywheel

Controlas el CAC

- Lo revisas periódicamente

Diseñaste un plan de LTV

- Tienes una meta de facturación anual

¿Entiendes el modelo?



- ★ Tienes el modelo de **Comunicación** claro
 - ¿Tienes los puntos de contacto totalmente mapeados?
- ★ Sabes para donde **iterar**
 - ¿Conoces las tendencias?
- ★ Sabes quienes son **tus referentes**
 - ¿Sabes tu tono de comunicación?



Basándonos en estas respuestas

SEÑORA



Soy Manuela Villegas

Y cómo Full Stack Marketer

Con más de 15 años de experiencia ha ayudado a cientos de start-ups y empresas a escalar sus Comunicaciones con estrategias de crecimiento. Creo que te puedo ayudar

Y hoy quiero detonar en tu unas preguntas para tener un plan para tu compañía

★ “ESTRATEGIA ANTES QUE TÁCTICA” ★

Se prioriza primero la táctica antes que la estrategia
Y ahí bebés está el error



Estrategia



Inbound



Flywheel



Brandformance



Account base



**Contenidos
transversales**



Growth hacking



La táctica nos lleva al KPI

La estrategia al OKR o al objetivo general OMTM

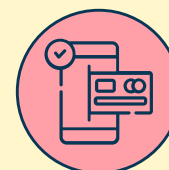
Si no sabes qué buscas, cualquier camino funciona y **MAL**



SEO
Posicionamiento



Automatización
Mail - whatsapp



UX - UI- SXO



Contenidos
Social media



Data Analytics
Predictivas



Ingeniería
APPS
SUPER APPS



Influenciadores



Vocería experta
Marcas personales



Pauta digital



Solucionamos

Vía estrategia - planteamiento metodológico
RESULTADOS GENERALES

Vía táctica - Ejecución de Iteración
RESULTADOS PARCIALES O CORTES





Imaginense planeas un viaje a Cartagena

Funciona irse:

- Caminando
- Bus
- Avion
- Carro
- Moto
- Bici
- Patineta
- Patines



Pero cuál es estratégica para tu objetivo en Cartagena

Objetivo:

- Turismo
- Comunicaciones
- Familia
- Eventos

“Si solo pensamos en la forma de ir nos quedan muchos cabos sueltos”

Si no piensas en todo lo que debes hacer, atacas solo KPI TRANSPORTE

- Comida
- Dormida
- Transporte interno
- Objetivo general del viaje
- La convivencia

*Si no sabes qué buscas, cualquier camino funciona y **MAL***



★ La estrategia en digital se ve así

Mapa de Comunicación con líneas empresariales y marca

- *Brief*
- *Antecedentes de métricas para proyectar puntos de contacto*
- *Métrica única de revisión .*
- *CPA de cliente. LTV Cliente*
- *Conversión entre MQL - SQL - Venta exitosa.*
- *Organigrama corporativo*
- *A Quién entregar resultados*

Punto cero

- *Análisis de la competencia*
- *Dimensión del mercado*
- *TAM - SAM - SOM*
- *Estado de la marca y sus assets*

Matriz De Audiencias

Objetivo General

Objetivos Específicos

Productos Énfasis

Retos Corporativos

Modelo de Comunicación bajo estrategias de marketing digital

- *Planteamiento estratégico*
- *Narrativa a contar*
- *Camino del Journey*
- *Experiencia del usuario*

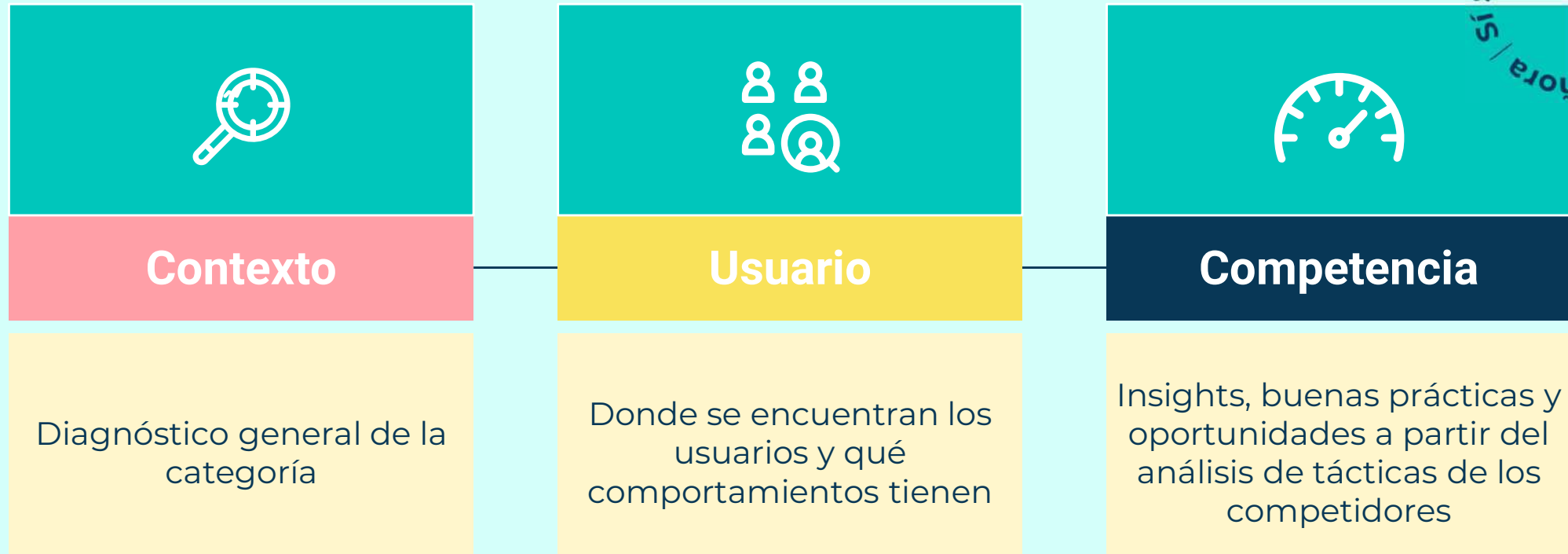
Adquisición con tácticas de marketing

- *Definición de métricas por KPI*
- *Forecast del proyecto*
- *Gantt estratégico*
- *Entregas y revisión KPI, OKR, OMTM*



Data inicial - Diagnóstico real de trabajo

¿Qué sabemos? ¿Qué podemos saber? - Antecedentes - Categoría



Sí Señora / Sí Señora / Sí Señora / Sí Señora

Definición inicial de la audiencia



Definición de objetivos específicos

Se definen los objetivos de acuerdo a las etapas del funnel a las que se quiere orientar la estrategia y los KPIs de medición para cada objetivo.



Y cuando formulas la Estrategia



¿Qué deberías tener en cuenta?

Hablemos un poco de tendencias

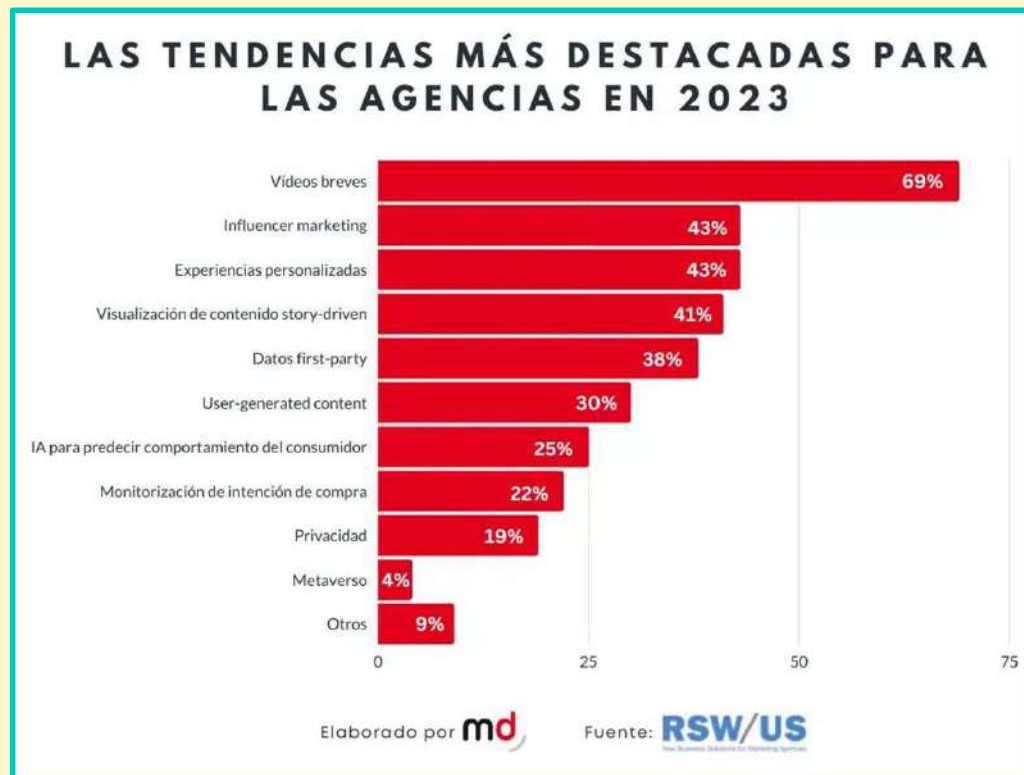
Llevado de lo estratégico a lo táctico

- Para atraer mejor CAC
- Sostener mejor LTV
- Innovar
- Para COCREAR
- Para cumplir los retos corporativos más fácilmente

Tendencias más importantes para contenidos



- ❑ El 69% de las agencias considera que la tendencia más importante para la industria publicitaria en 2024 son los **"vídeos breves" en las redes sociales**.
- ❑ Otras tendencias destacadas incluyen el **"influencer marketing"** y la **"generación de experiencias personalizadas" con tecnologías inteligentes, ambas con un 43% de interés por parte de las agencias**.
- ❑ La **"visualización de contenido 'story-driven'"** también es una tendencia relevante, con un 41% de interés por parte de las agencias.
- ❑ Otras tendencias mencionadas incluyen los datos **"first-party,"** el **"user-generated content,"** el uso de inteligencia artificial para predecir el comportamiento del consumidor, la monitorización de la intención de compra del consumidor y la privacidad.



- ❑ El "metaverso," que fue una tendencia prominente hace un año, ahora solo es mencionado por el 4% de las agencias, lo que sugiere una disminución en su relevancia.
- ❑ Respecto a las actividades in-house, **el 13% de las agencias indica que la mayoría de sus clientes trabaja con equipos de publicidad in-house, aunque este número ha disminuido desde el año anterior.**
- ❑ En cuanto a los presupuestos de marketing y publicidad, solo el 36% de las agencias espera un aumento considerable, lo que muestra un cambio en la percepción, ya que el año anterior el 73% era más optimista al respecto.

Principales tendencias tecnológicas estratégicas



Obtención de valor inalámbrico:

Proporciona servicios de red inalámbrica que ofrecen más que conectividad, incluyendo información de ubicación y análisis de datos en tiempo real.



Metaverso: Permite a las personas reproducir o amplificar actividades del mundo físico en un mundo virtual, fusionando múltiples capacidades tecnológicas.

Superapps: Estas aplicaciones integran múltiples funciones y servicios en una plataforma única, permitiendo a terceros desarrollar miniaplicaciones dentro de ellas.

IA adaptativa: Cambia el comportamiento de modelos de IA en tiempo real a través de retroalimentación continua, permitiendo una rápida adaptación a las circunstancias cambiantes.

Tecnología sostenible: Se enfoca en la sostenibilidad empresarial, utilizando tecnologías como la trazabilidad y la inteligencia artificial para aumentar la eficiencia y cumplir con objetivos de sostenibilidad.



Oportunidades en la industria del marketing y la publicidad

Marketing

- ❑ **Social Intelligence:** Uso de datos para personalizar estrategias.
- ❑ **Livestream Shopping:** Compras en vivo personalizadas.
- ❑ Influencers en gaming: Popularidad de influencers de videojuegos.
- ❑ **Autenticidad en redes:** Demandan contenido real en lugar de editado.
- ❑ **Inteligencia artificial:** Mejora la experiencia del cliente.
- ❑ **Sostenibilidad:** Atracción de marcas sostenibles.
- ❑ **Pódcast transmedia y video podcast:** Mayor popularidad.
- ❑ Metaverso y realidad aumentada: **Innovación en** comunicación.
- ❑ **Snackable content:** Contenido corto y divertido en redes.
- ❑ Community Managers activos: Conexión orgánica con usuarios.

Publicidad

- ❑ **AVOD en auge:** Plataformas de video bajo demanda con publicidad.
- ❑ **Evolución del gaming:** Gamificación y tecnología en juegos.
- ❑ Medición de la atención: Uso de tecnología para medir la atención.
- ❑ **Estado de compra constante:** Consumidores en modo compra constante.
- ❑ **Revolución del retail media:** Estrategia de publicidad en plataformas de marcas.
- ❑ **Super plataformas:** Estrategias centradas en humanización y alianzas.
- ❑ **Experiencias "en vivo":** Eventos en directo y asociaciones.
- ❑ **Responsabilidad social:** Acciones ESG y construcción de comunidades sostenibles.



Y cuando bajas la estrategia

Como cumples el OKR CON KPI financieros

A cada táctica se le asigna un valor en KPI y la suma de KPI debe dar el OKR

Como después del plan estratégico de Cartagena tomas un excel y planeas y ejecutas todo

★ La Táctica se ve así



Adquisición con tácticas de marketing

- Definición de métricas
- Forecast del proyecto
- Gantt estratégico
- Presentación
- Aplicación modelo
- Entregas y revisión KPI, OKR, OMTM

- Planteamiento estratégico
- Narrativa a contar
- Camino del Journey
- Experiencia del usuario

Modelo de Comunicación bajo estrategias de marketing digital

CONTENIDO	AUTOMATIZACIÓN	SOCIAL MEDIA	VOCERÍA EXPERTA	PAID MEDIA	UX	SEO	WEB - INGENIERÍA
<ul style="list-style-type: none">• Narrativa central o historia• QUÉ BUSCAN LAS PERSONAS.• POR QUÉ BUSCAN LAS PERSONAS.• Genérico. TOFU• Aprendizaje BOFU• Compra. MOFU• Temática empresarial.• Producto, precio, plaza, promoción	<ul style="list-style-type: none">• Estado de los datos, Analítica descriptiva• Warming• Conversión centrada• Proceso de compra• Análisis de Efectividad• Chatbots de conversión.• Disparos simples de conversión	<ul style="list-style-type: none">• Escogencia de redes según tipo de cliente.• Contenido Brand.• Contenido Educativo.• Contenido producto.• Contenido de venta.• PQR, SAC• Casos de éxito• Testimoniales	<ul style="list-style-type: none">• Representación de contenido empresarial.• Temática empresarial para audiencias.• Ejercicios de comunicación bajo redes profesionales.• Contenido Brand.• Contenido Educativo.• Contenido producto.• Top influenciador	<ul style="list-style-type: none">• Costo por conversión aproxima• Tipologías de Campaña• Definición de objetivos por medio• Definición de métricas por medio• Píxeles en assets• Estructuras de campañas• Puesta en marcha	<ul style="list-style-type: none">• User research• Arquitectura de la información• Creación de flujos de navegación• Análisis y creación de voz• Sistemas de diseño• Prototipado• Testeo con usuarios	<ul style="list-style-type: none">• Seo técnico.• Diagnóstico .• Cambios de ingeniería• Palabras clave• nicho de la página (posibilidad de mejoramiento de contenidos)• Keyword research• ASO técnico	<ul style="list-style-type: none">• Discovery• Tecnología• Front - back• Seguridad de la información• Devops• API de automatización• Tags de analytics• Tags de pauta y píxeles

Demostración de los DATOS UNIFICADOS

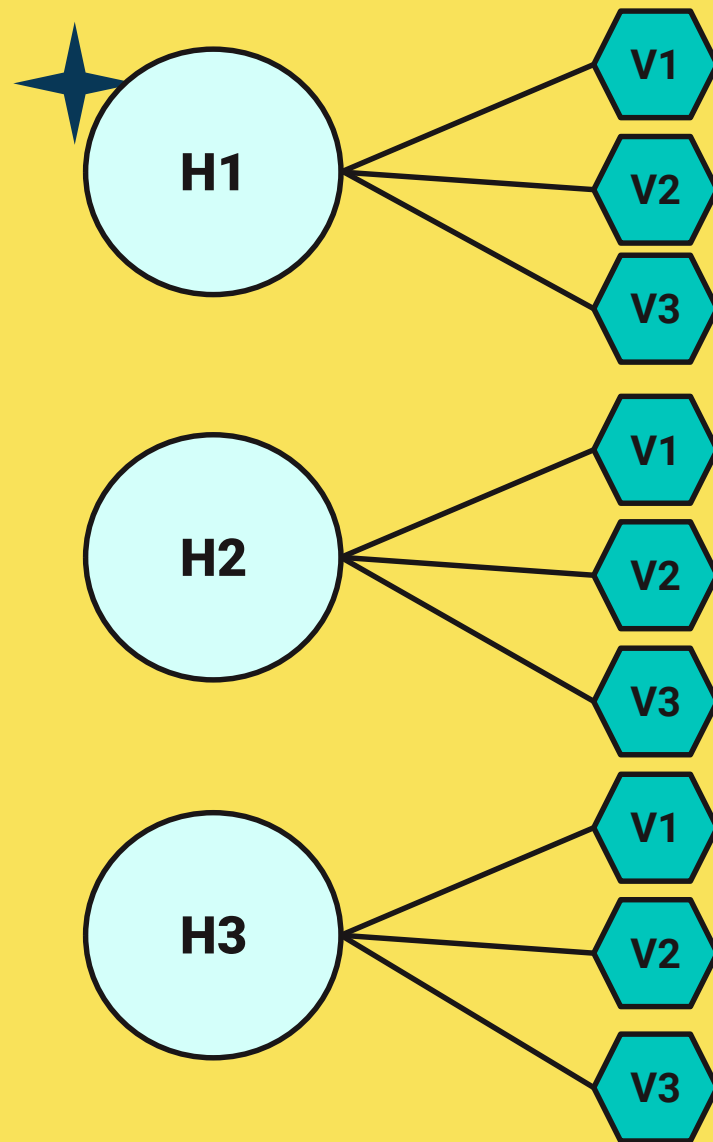
- Análisis descriptivo
- Análisis diagnóstico
- Análisis predictivo

Social Listening - BANT de leads



Hipótesis

¿Qué podemos hacer? Pruebas multivariadas



Esta es la fase donde se plantean y se aterrizan todas las hipótesis /tácticas que se consideren necesarias para llegar a la consecución de los objetivos Específicos.

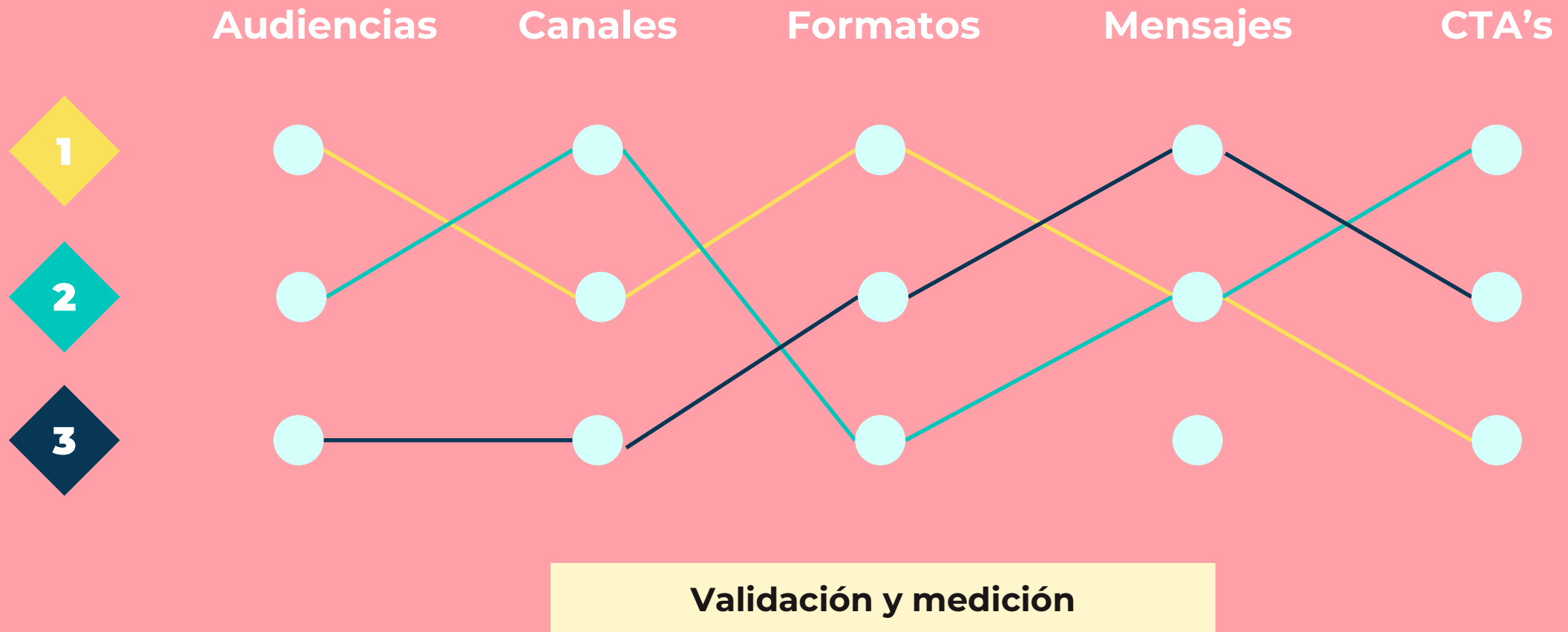
¡Sí Señora | Sí Señora | Sí Señora



Es donde comienza el proceso de experimentación validada.



- ¿Cómo lo vamos a hacer?
- ¿Cómo lo validamos?



Entregables
KPI - Técnicas generales

	Social media	Automatización	Pauta	SEO
1 Entregables	<ul style="list-style-type: none">Tendencias ChronopostPostPosible % ER	<ul style="list-style-type: none">MailingsBase de datos de entregaPosible % Conversión	<ul style="list-style-type: none">Plan de mediosAnunciosAudienciasTope máximo conversión	<ul style="list-style-type: none">KWRResearchPalabras claves, compañíaAjustes técnicosArticulos
2 KPI	<ul style="list-style-type: none">ER por PostER por comunidad# comunidadConversión a clientes	<ul style="list-style-type: none">Tasa de entregaTasa de clicConversión a clientes	<ul style="list-style-type: none">CTACPLROIROAS	<ul style="list-style-type: none">Volumen de búsquedasTasa de conversión a clientesIndexación
3 iteraciones	<ul style="list-style-type: none">Analisis cualitativo x postNuevas ideasnuevos CTA	<ul style="list-style-type: none">Análisis por mailNuevas ideasnuevos CTANuevos atajos por flujo	<ul style="list-style-type: none">Análisis plan de mediosAnálisis anunciosNuevas ideasMejoras CTA	<ul style="list-style-type: none">Análisis plan de kwAnálisis Canalizaciónmejoras técnicasmejoras en contenidos



Y cuando bajas la estrategia



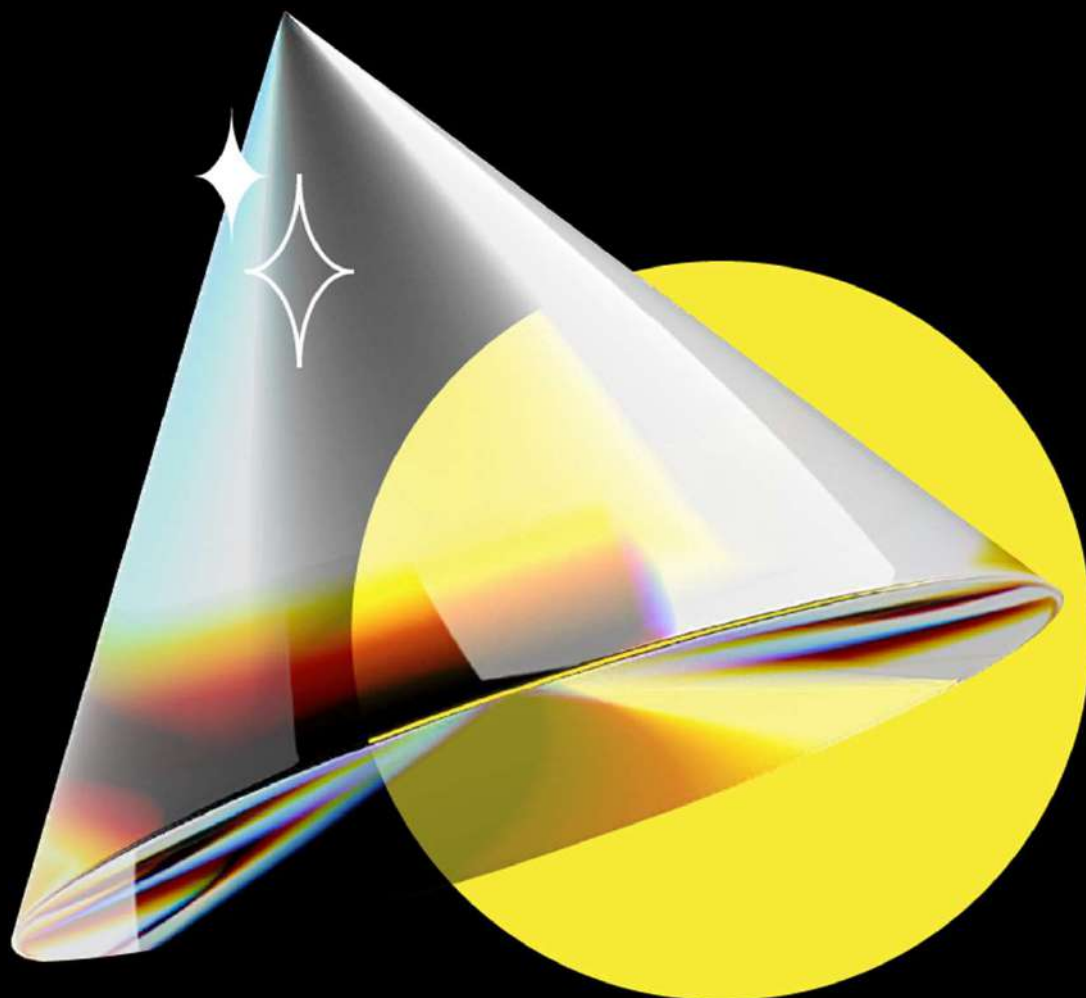
Como lo ejecuto día a día mi viaje a Cartagena

- La base de la comunicación es el lenguaje, el lenguaje nos comunica y nos lleva al fin logrado
- La base de la lógica es el razonamiento de los eventos y datos

(Como después del plan estratégico de Cartagena tomas un excel y planeas y ejecutas todo

✦ Los contenidos se ven así





Herramientas IA para diseño

IA para Diseño

De pago



Midjourney

Esta plataforma permite a los usuarios convertir sus ideas en imágenes a través de textos.

- ★ **Acelera el proceso creativo:** Genera ideas rápidamente y explora diferentes posibilidades sin limitaciones.
- ★ **Potencia la originalidad:** Experimenta con estilos y técnicas que antes podían ser difíciles de lograr.
- ★ **Impulsa tu productividad:** Crea contenido visual de alta calidad para una amplia gama de aplicaciones, desde el marketing y el diseño.

www.midjourney.com



2024



IA para Diseño

Gratuita



Runway ofrece una variedad de herramientas para el diseño de video, bajo la metodología de texto a video e Imagen a video. Entre sus funciones destacadas están:

- ★ **Transiciones:** Crea transiciones fluidas y dinámicas entre diferentes escenas.
- ★ **Estilos:** Aplica estilos predefinidos para darle un toque personal a los video.
- ★ **Animaciones:** Integra animaciones 2D y 3D

www.runwayml.com



2024



Gratuita

|| ElevenLabs

ElevenLabs es una plataforma de inteligencia artificial que te permite convertir texto en audio con una calidad de voz realista. Sus funciones:

- **Texto a voz:** Convierte cualquier texto en audio con una amplia variedad de voces.
- **Emoción y entonación:** Ajusta el tono, la emoción y la entonación de la voz para que se adapte perfectamente al contenido de tu audio.
- **Estilos y efectos:** Personaliza tu voz con diferentes estilos y efectos.

www.elevenlabs.io



2024



Y cuando bajas la estrategia



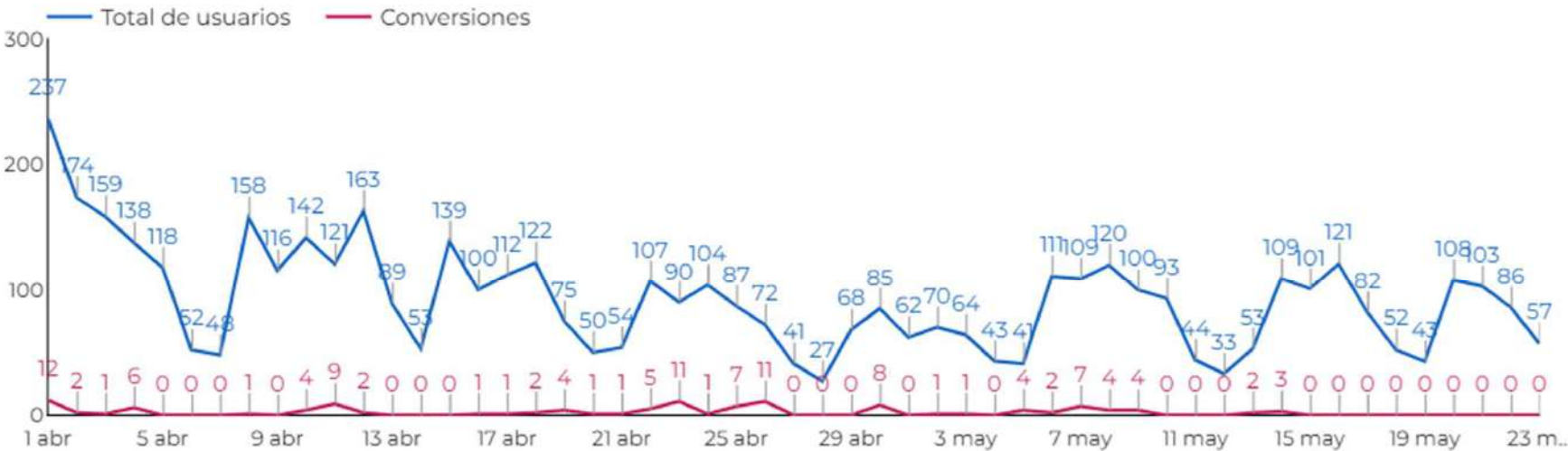
**A final
Quien no
revisa, no
aprende y no
mejora**

No es talento, es:

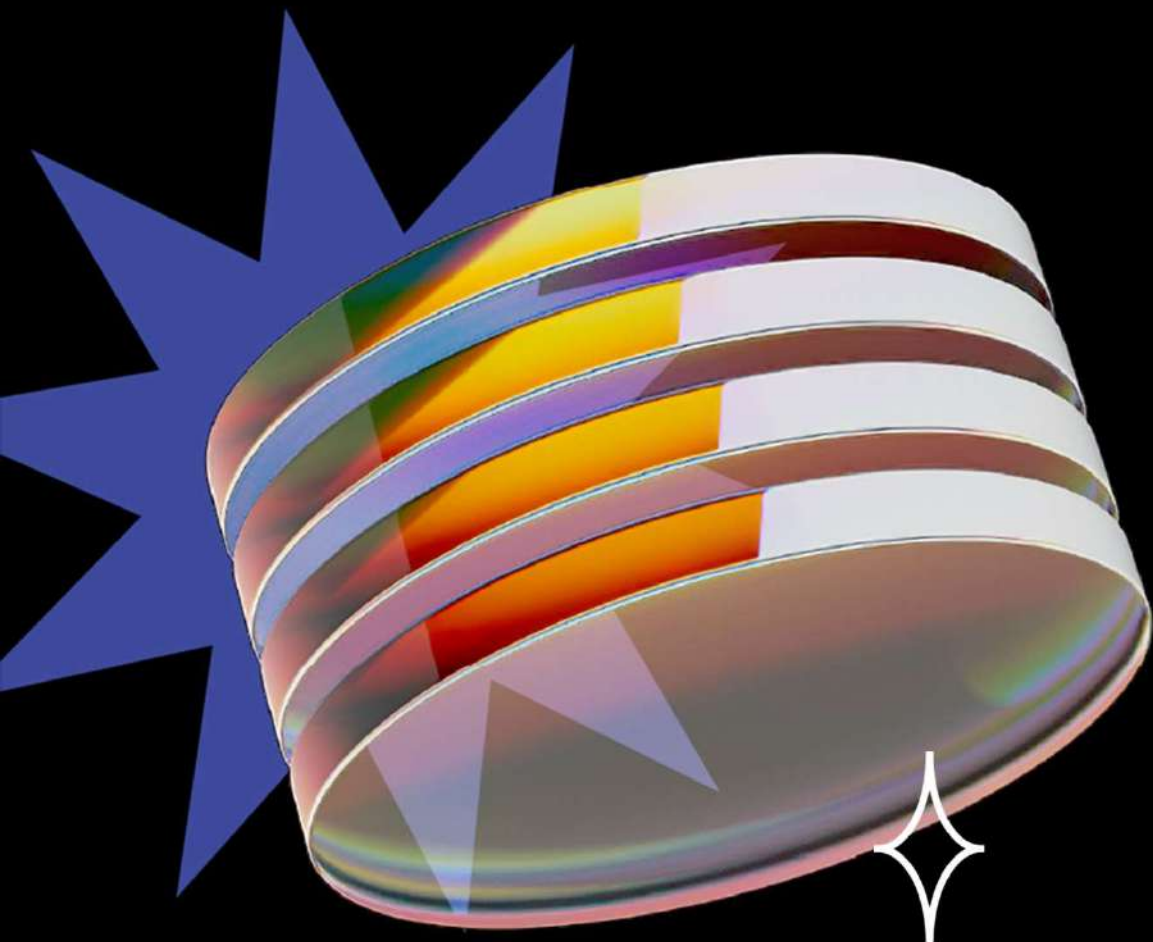
- Todo es repetición
- Mejorar
- Iterar
- mejorar



★ Las datos se ven así



Mes	Total de usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Eventos por sesión	Conversiones	% Interacciones	% Rebote
1. enero	5.396	5.271	7.145	8,21	76	48,2 %	51,84 %
2. febrero	3.231	2.980	4.987	6,7	90	53,2 %	46,82 %
3. marzo	3.495	3.208	5.733	5,38	136	49,6 %	50,44 %
4. abril	3.385	3.075	5.272	5,48	109	53,1 %	46,95 %
5. mayo	1.979	1.804	2.963	5,62	36	56,6 %	43,4 %



Herramientas IA para desarrollo

De pago

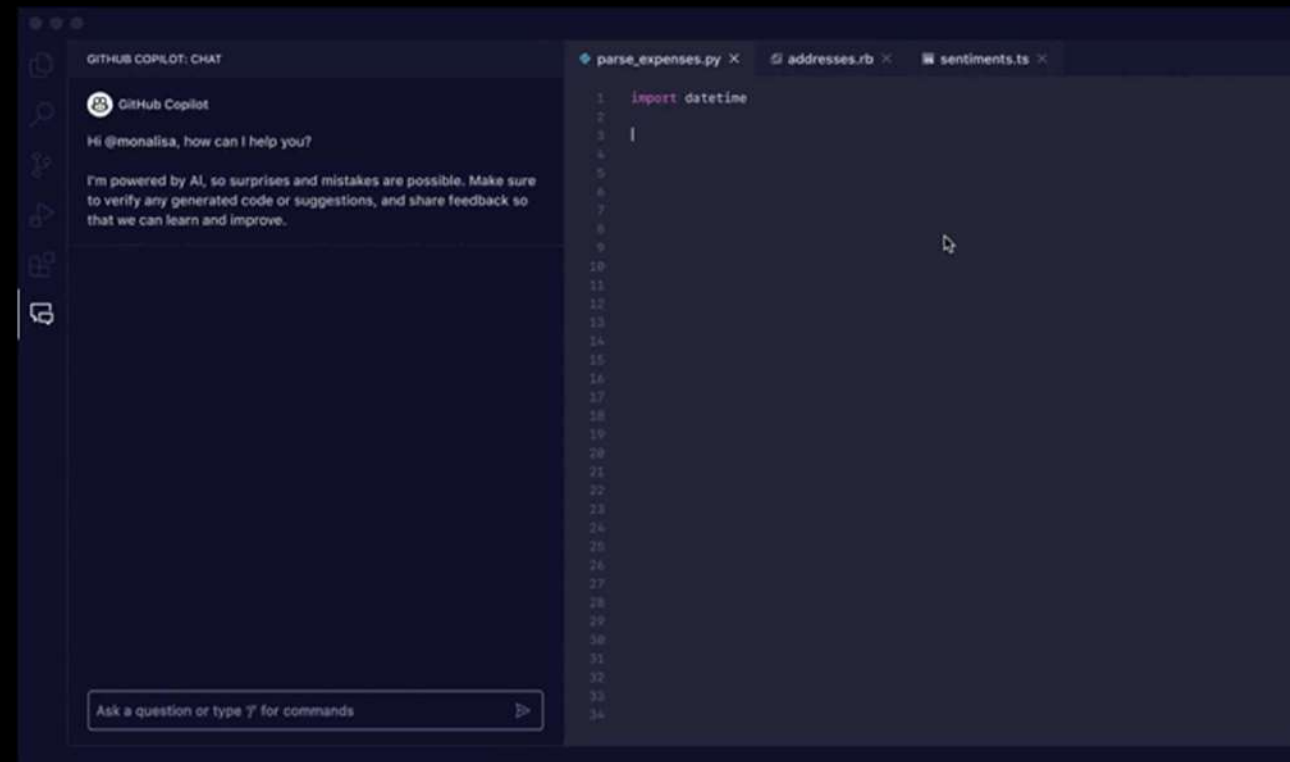
Github Copilot

Esta herramienta de inteligencia artificial, desarrollada por GitHub y OpenAI, se integra a tu editor de código ofreciendo una asistencia personalizada de programación.

Beneficios adicionales:

- ★ **Disponible para varios lenguajes:** Copilot soporta una amplia variedad de lenguajes de programación, incluyendo Python, JavaScript, Java, C++, TypeScript y Go.
- ★ **Integración con diferentes IDEs:** Copilot se integra a tu editor de código como Visual Studio Code, Neovim, JetBrains Rider y VS Code.
- ★ **Personalización:** Puedes personalizar las sugerencias de Copilot para adaptarlas a tu estilo de codificación y a las necesidades de tu proyecto.

www.github.com/features/copilot



De pago



Codesnippets

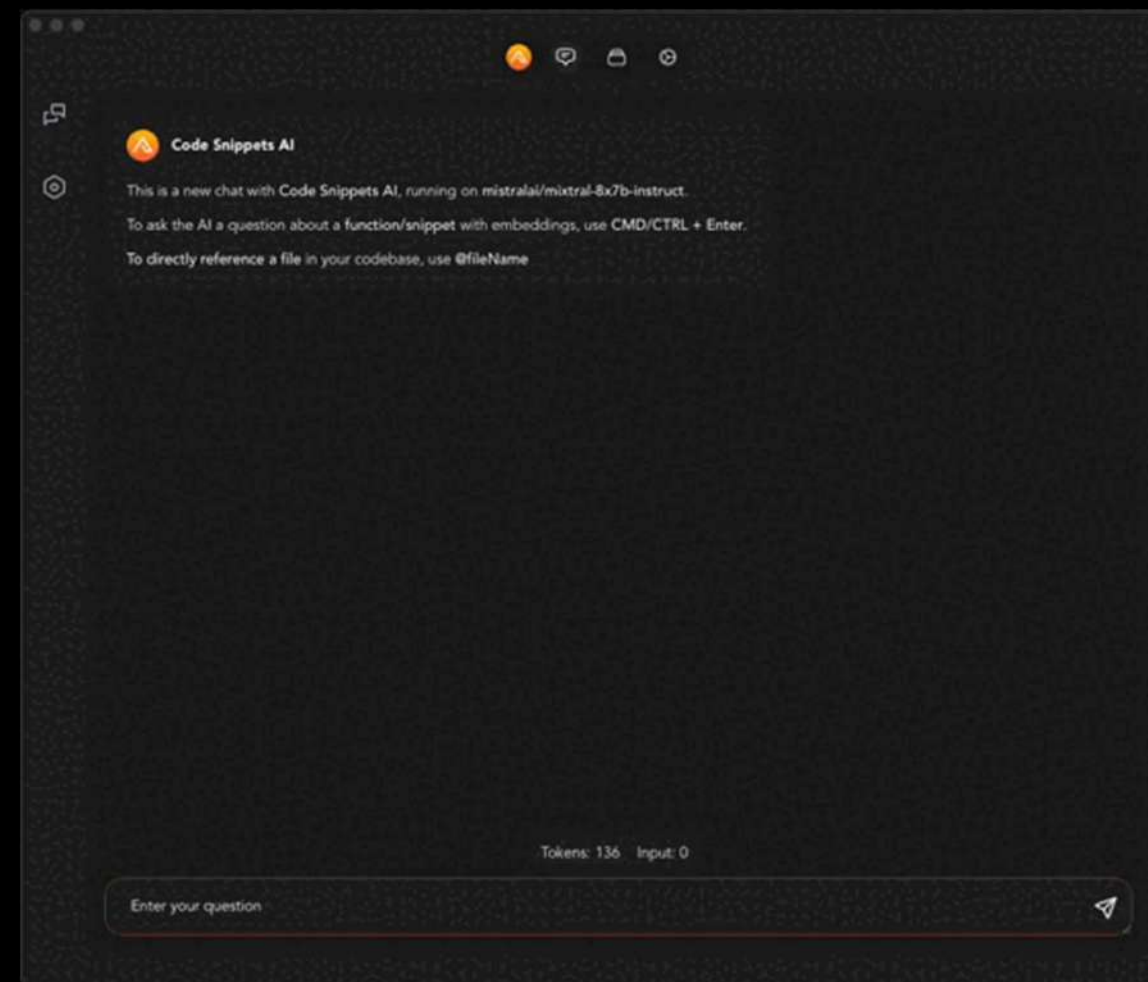
Diseñada especialmente para desarrolladores, entre sus principales funciones

- ★ Sugerencias de código personalizadas basadas en un contexto
- ★ Análisis de códigos para identificar errores.

www.codesnippets.ai



2024



Y cuando bajas la estrategia

Verificamos

Vía estrategia - planteamiento metodológico
INNOVACIÓN DE COMPAÑÍA

Vía táctica - Ejecución de Iteración
NUEVOS MEDIOS



SEÑORA / Sí Señora

Solución

Planteamiento estratégico...

Desarrollo táctico a nivel general y específico....

Datos para empezar todas las reuniones de marketing...

**Inversión según el plan estratégico táctico ejecutado por
prioridades del Comunicación**





Quieres ser el mejor

Retite

Mejora

Itera

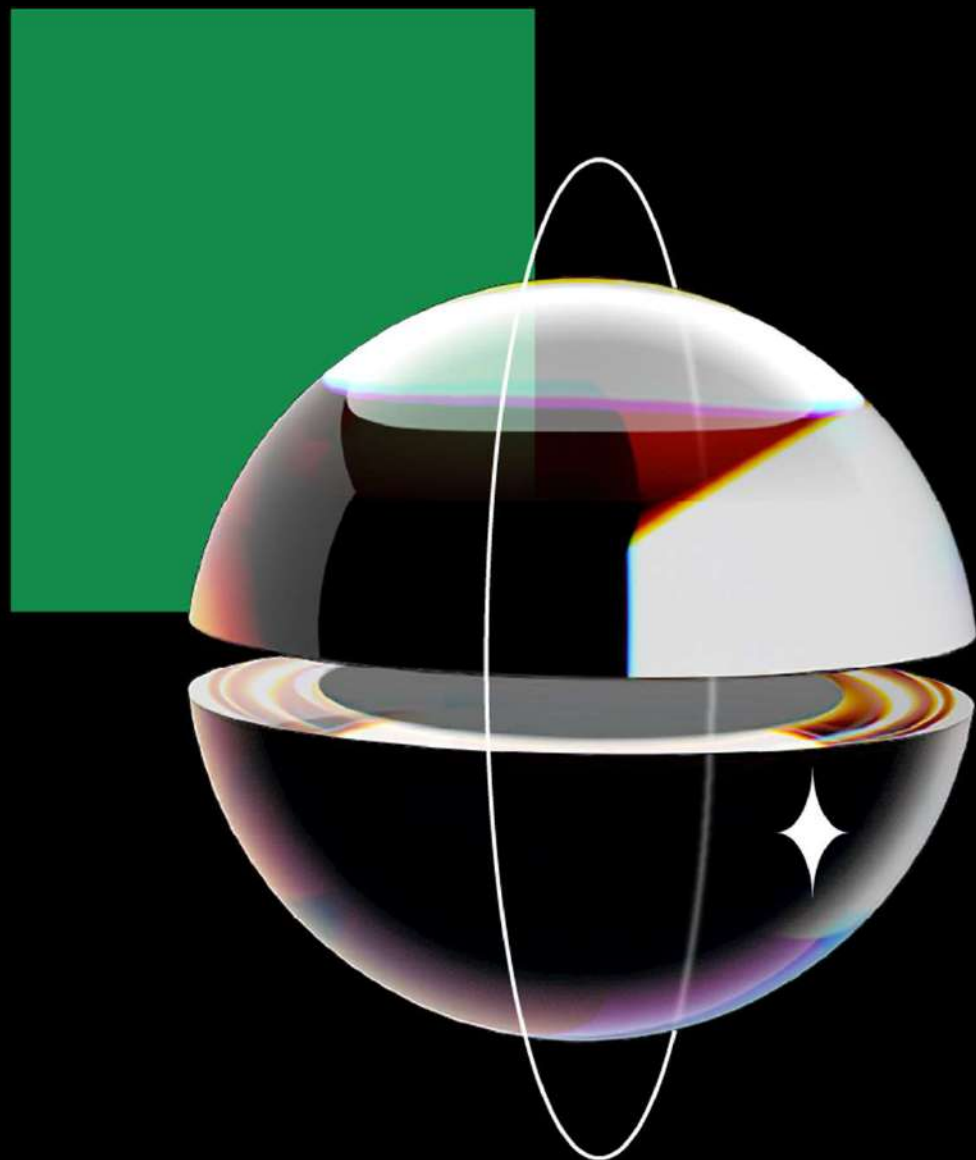
Proyéctate

Aprende de los errores





2024



**¿Qué nos espera
para el futuro?**

IA de realidad aumentada

BrainNet

Aunque está en desarrollo y no se tiene una fecha cercana de lanzamiento, en su primera fase *“transmite información no invasiva directamente al cerebro”*, lo que plantea es ser la siguiente fase en comunicación con una red social neuronal digna de la ciencia ficción.



2024



https://www.abc.es/tecnologia/informatica/soluciones/abci-brainnet-primera-social-telepatica-201810120255_noticia.html

IA de realidad aumentada

Apple Vision Pro

La Vision Pro está encaminada tanto para la productividad en el trabajo como para el ocio, ya que tendrá las mismas aplicaciones de otros dispositivos de Apple y representarán un nuevo reto para las marcas que quieran generar contenido de valor.



2024



***Y como le dije a
mi ex***

| Sí Señora /

***Terminamos