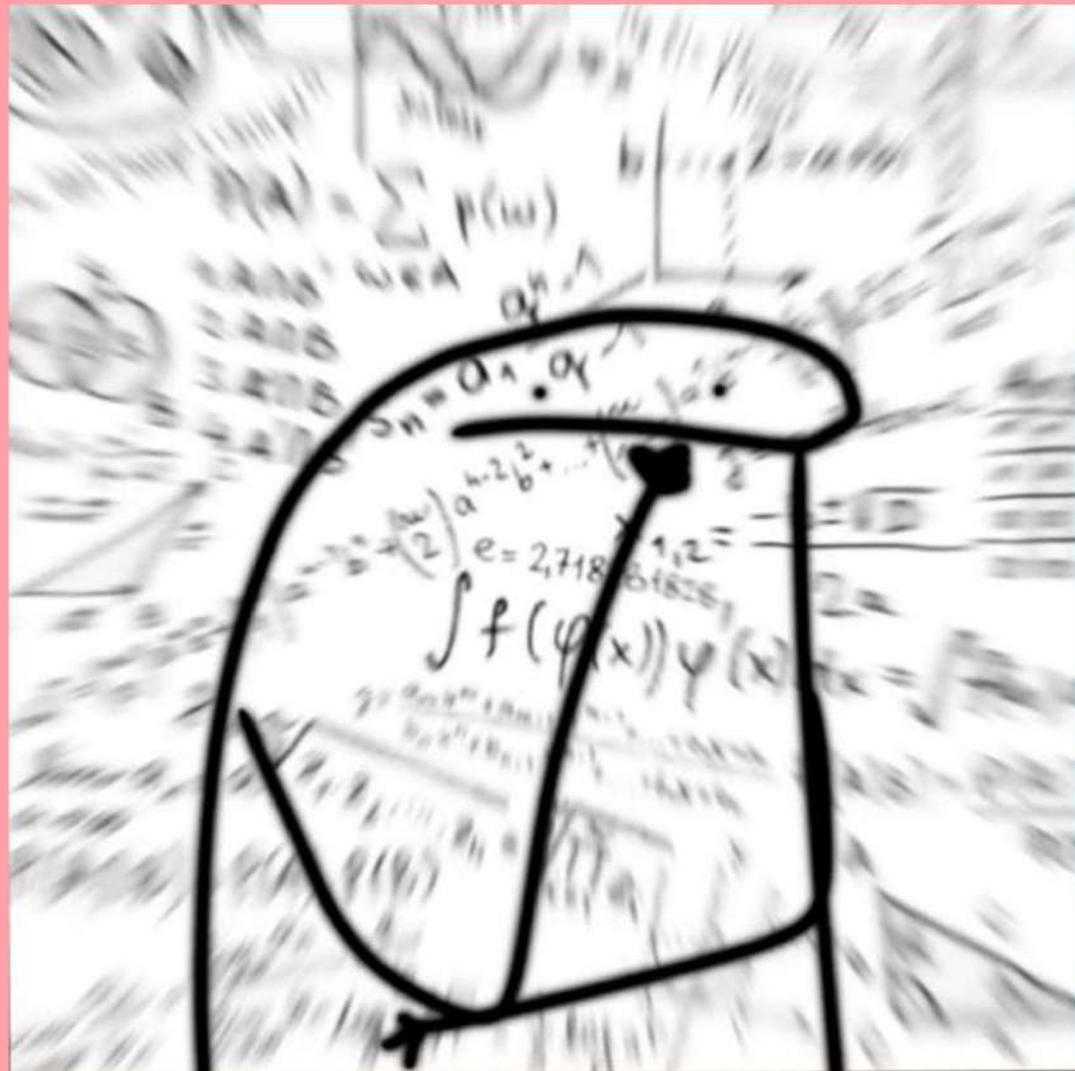


SEÑORA

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

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

**MANUELA  
VILLELEGAS**



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.**

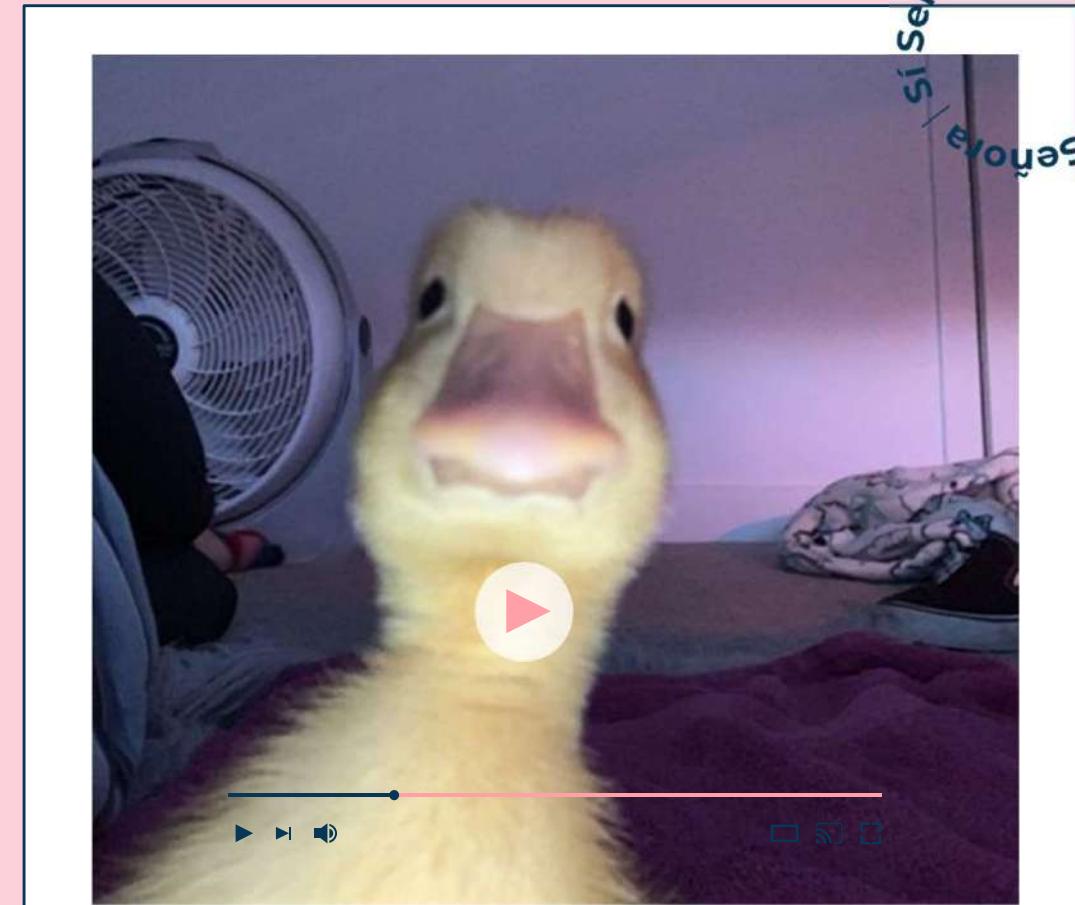
todos sabemos de un caso que lo logró.

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?

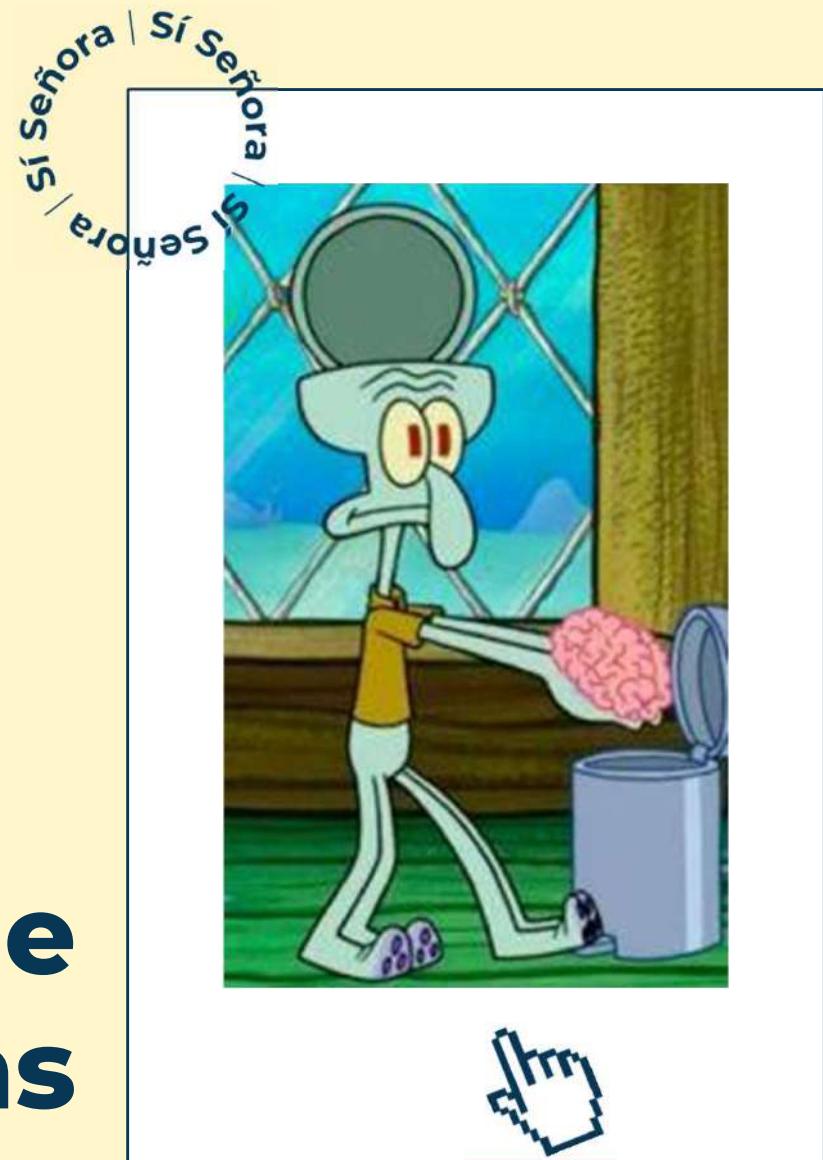


# Estas preguntas tienen una razón

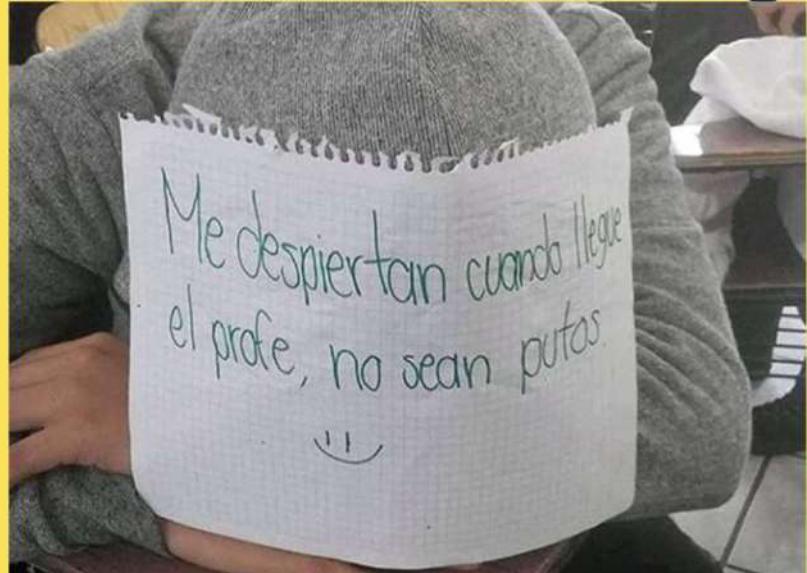


- ★ **¿Cómo están tus activos digitales?**
  - ¿Te están llegando leads de calidad?
  - ¿estas logrando tus objetivos?
  
- ★ **¿Tienes automatizada la operación?**
  - ¿Cuál es tu meta de facturación atribuida a digital?
  - ¿Revisas la analitica de tus redes?
  
- ★ **¿Qué esperas de tus canales digitales?**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

## Hablemos de sintomas



# ¿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 periodicamente

**Diseñaste un plan de LTV**

- Tienes una meta de facturación anual

**¿Entiendes el modelo?**

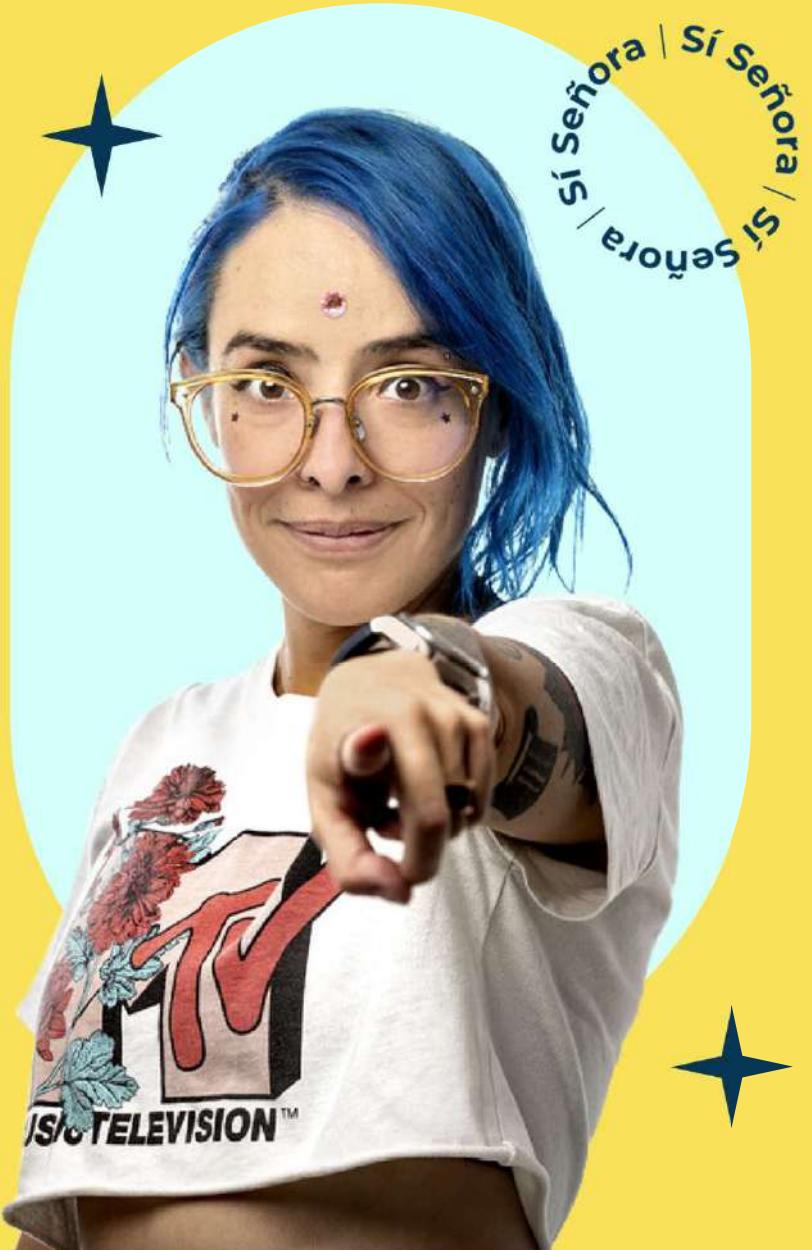


- ★ **Tienes el modelo de Comunicación claro**
  - ¿Tienes los puntos de contacto totalmente mapeados?
- ★ **Sabes para donde iterar**
  - ¿Conoces las tendencias?
- ★ **Sabes quienes son tus referentes**
  - ¿Sabes tu tono de comunicación?



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

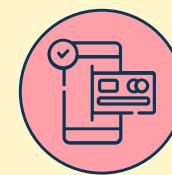
**Si no sabes qué buscas, cualquier camino funciona y **MAL****



**SEO  
Posicionamiento**



**Automatización  
Mail - whatsapp**



**UX - UI- SXO**



**Contenidos  
Social media**



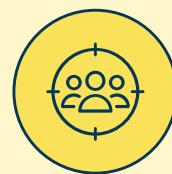
**Data Analytics  
Predictivas**



**Ingeniería  
APPS  
SUPER APPS**



**Influenciadores**



**Vicería 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:

Pero cuál es  
estratégica  
para tu  
objetivo en  
Cartagena

**Objetivo:**

- Turismo
- Comunicación
- Familia
- Eventos

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

Si no pensas 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

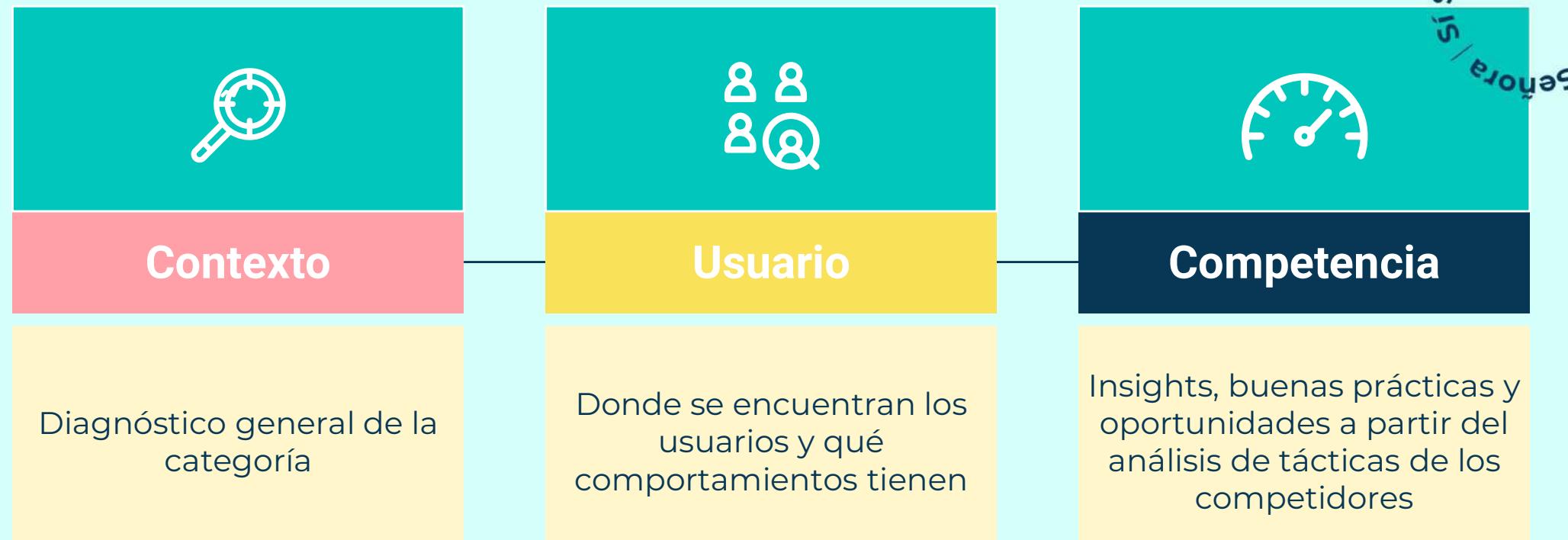
## Adquisición con tácticas de marketing

- 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

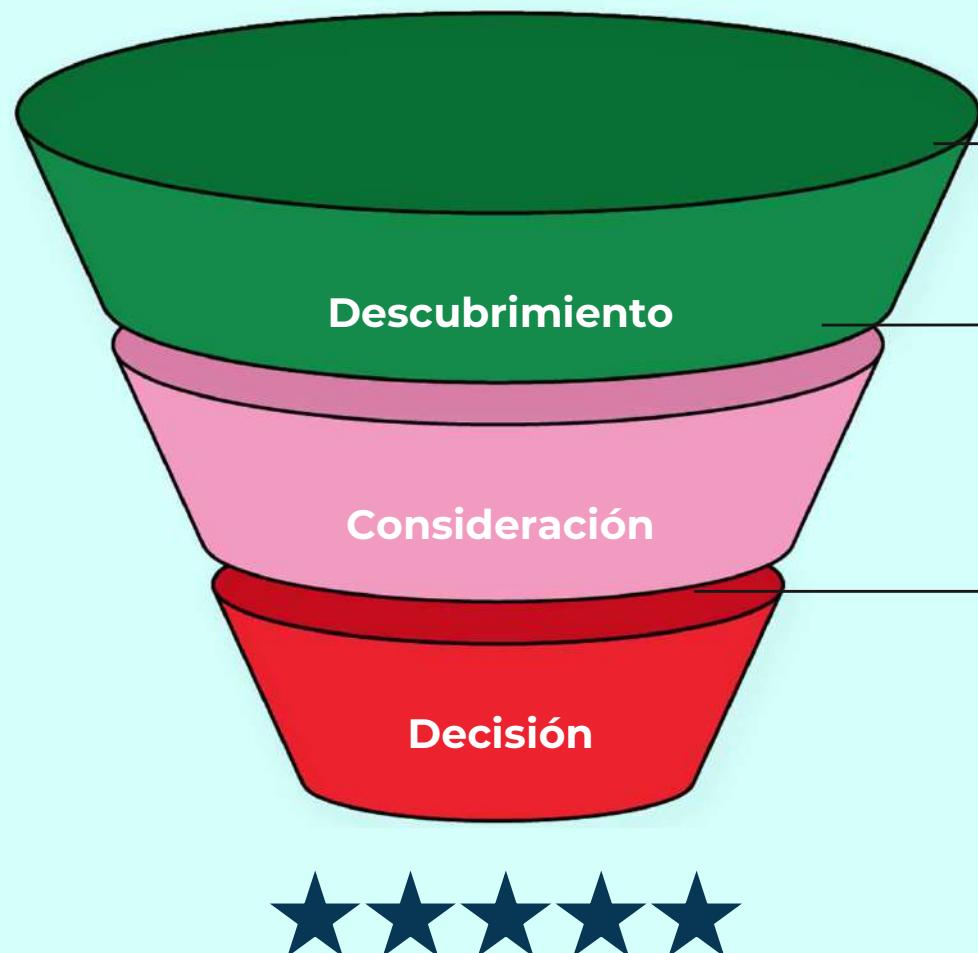


**Definición inicial de la audiencia**



## 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.



### Objetivo Específicos

- Alcance
- Posicionamiento de marca

- Tráfico al sitio web
- Engagement
- Registros de clientes potenciales
- Descargas

- Ventas
- Conversión

### KPI

- Impresiones
- Visualizaciones de vídeo

- Clics
- Interacciones
- Leads
- Conversaciones iniciadas
- Instalaciones de aplicación

- Volumen de facturación
- Costo por conversión



Y cuando formulas la Estrategia

# ¿Qué deberías tener en cuenta?

Hablemos un poco de  
tendencias  
Llevado de lo estratégico a lo  
táctico

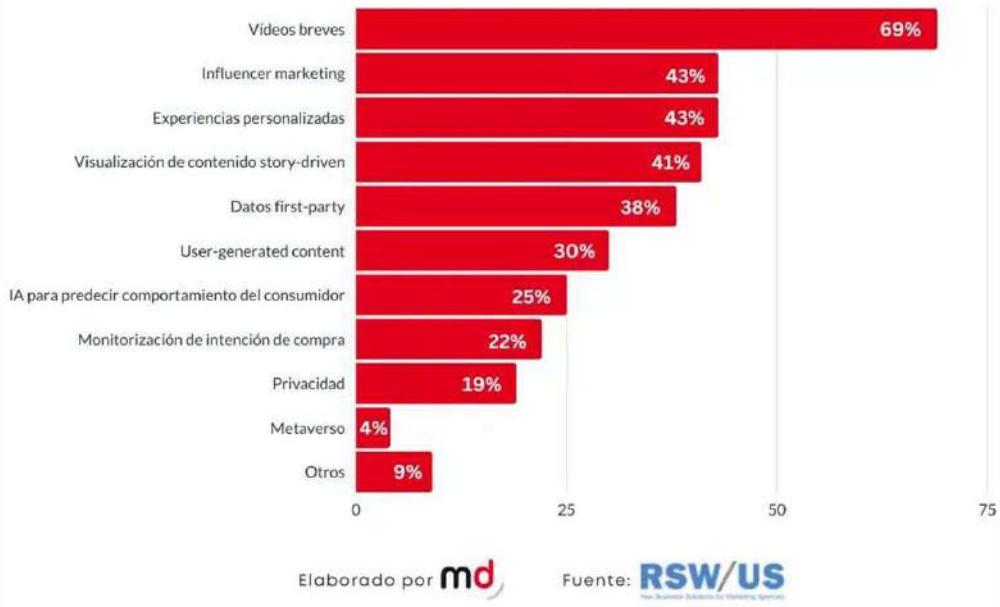
- Para atraer mejor CAC
- Sostener mejor LTV
- Innovar
- Para COCREAR
- Para cumplir los retos  
corporativos más fácilmente

# 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.

## LAS TENDENCIAS MÁS DESTACADAS PARA LAS AGENCIAS EN 2023



- 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.

**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.



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



# *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.
- **Podcast 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.





# cumples el OKR CON KPI financieros

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



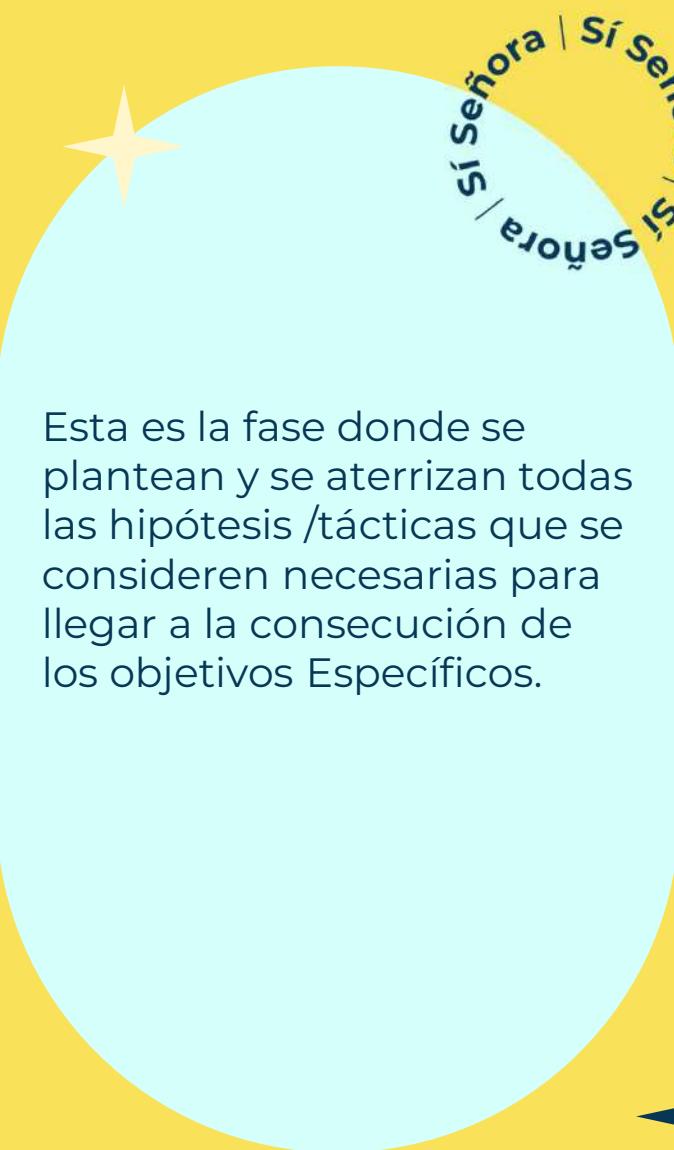
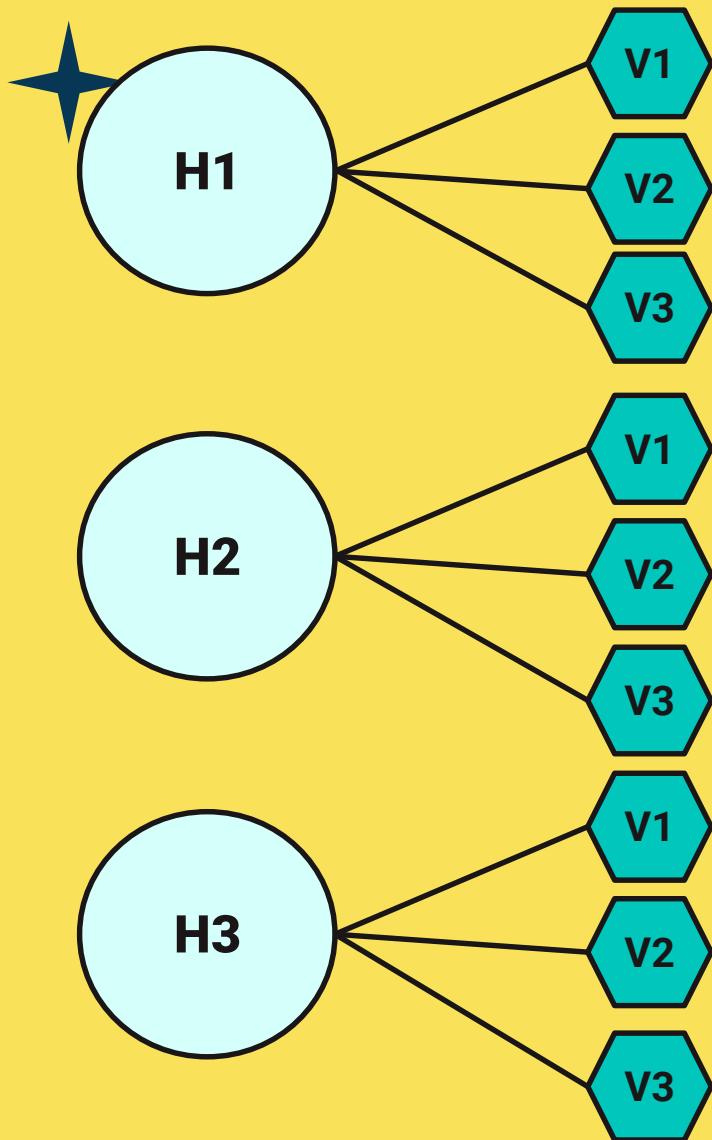
# ★ *La Táctica se ve así*

Sí Señora / Sí Señora /  
Sí Señora / Sí Señora /



## Hipótesis

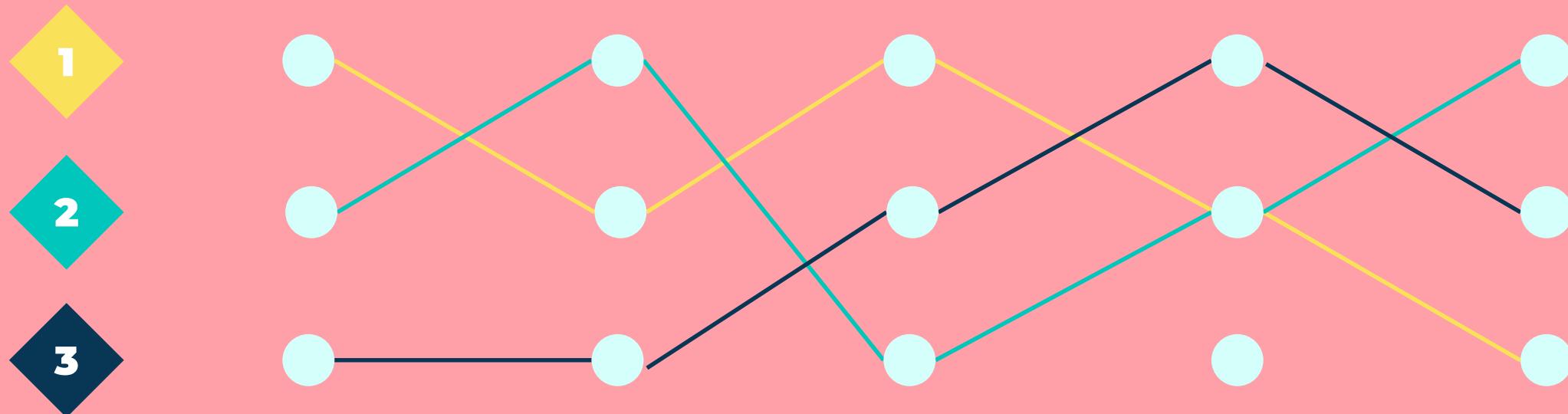
¿Qué podemos hacer? Pruebas multivARIABLES



**Es donde comienza  
el proceso  
de experimentación  
validada.**

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

Audiencias      Canales      Formatos      Mensajes      CTA's



Validación y medición

## Ejecuciones

### Entregables KPI - Técnicas generales

	Social media	Automatización	Pauta	SEO
<b>1</b> <b>Entregables</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tendencias</li><li>• Chronopost</li><li>• Post</li><li>• Posible % ER</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mailings</li><li>• Base de datos de entrega</li><li>• Posible % Conversión</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Plan de medios</li><li>• Anuncios</li><li>• Audiencias</li><li>• Tope máximo conversión</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• KWResearch</li><li>• Palabras claves, compañía</li><li>• Ajustes técnicos</li><li>• Articulos</li></ul>
<b>2</b> <b>KPI</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ER por Post</li><li>• ER por comunidad</li><li>• # comunidad</li><li>• Conversión a clientes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tasa de entrega</li><li>• Tasa de clic</li><li>• Conversión a clientes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• CTA</li><li>• CPL</li><li>• ROI</li><li>• ROAS</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Volumen de búsquedas</li><li>• Tasa de conversión a clientes</li><li>• Indexación</li></ul>
<b>3</b> <b>Iteraciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis cualitativo x post</li><li>• Nuevas ideas</li><li>• nuevos CTA</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis por mail</li><li>• Nuevas ideas</li><li>• nuevos CTA</li><li>• Nuevos atajos por flujo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis plan de medios</li><li>• Análisis anuncios</li><li>• Nuevas ideas</li><li>• Mejoras CTA</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis plan de kw</li><li>• Análisis Canalización</li><li>• mejoras técnicas</li><li>• mejoras en contenidos</li></ul>



# 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

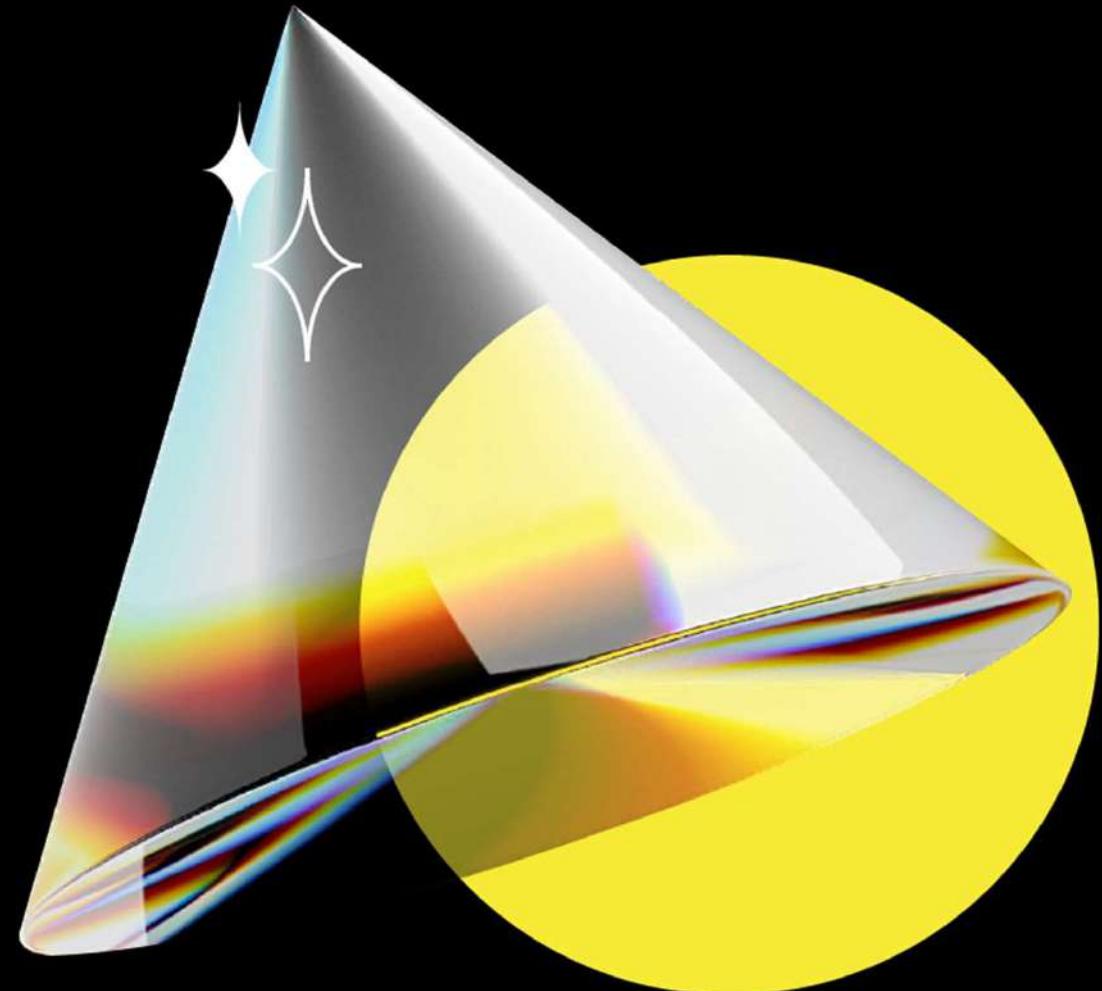
*(Como después del plan estratégico de Cartagena tomas un excel y planeas y ejecutas todo)*

# ★ Los contenidos se ven así





2024



# Herramientas IA para diseño



2024

## 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](https://www.midjourney.com)



Gratis

## Runway

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](http://www.runwayml.com)





2024

IA para Diseño

Gratis

## II 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](http://www.elevenlabs.io)

*Y cuando bajas la estrategia*

Sí Señora | Sí Señora  
Sí Señora | Sí Señora

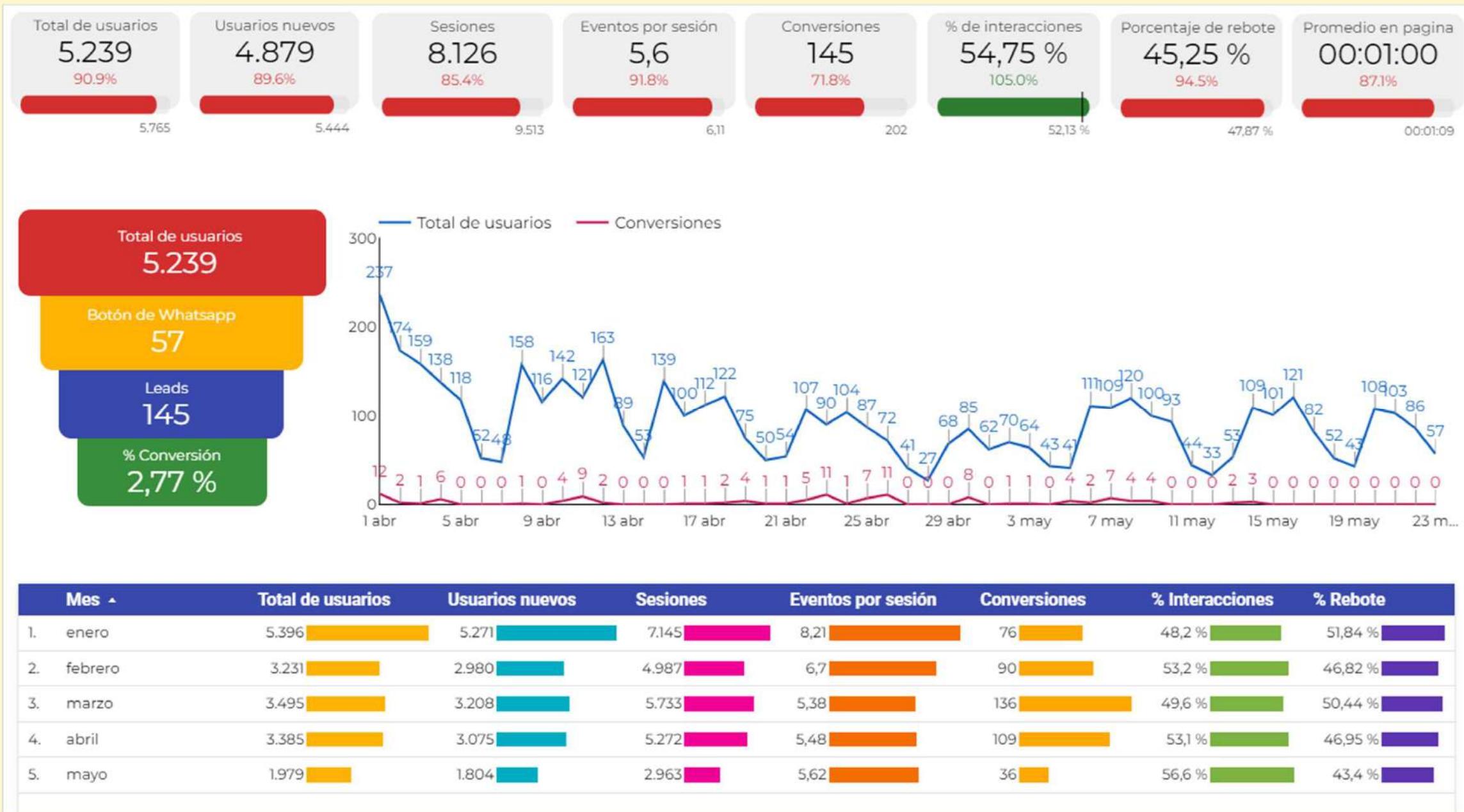
**A final**  
**Quien no**  
**revisa, no**  
**aprende y no**  
**mejora**

No es talento, es:

- Todo es repetición
- Mejorar
- Iterar
- mejorar

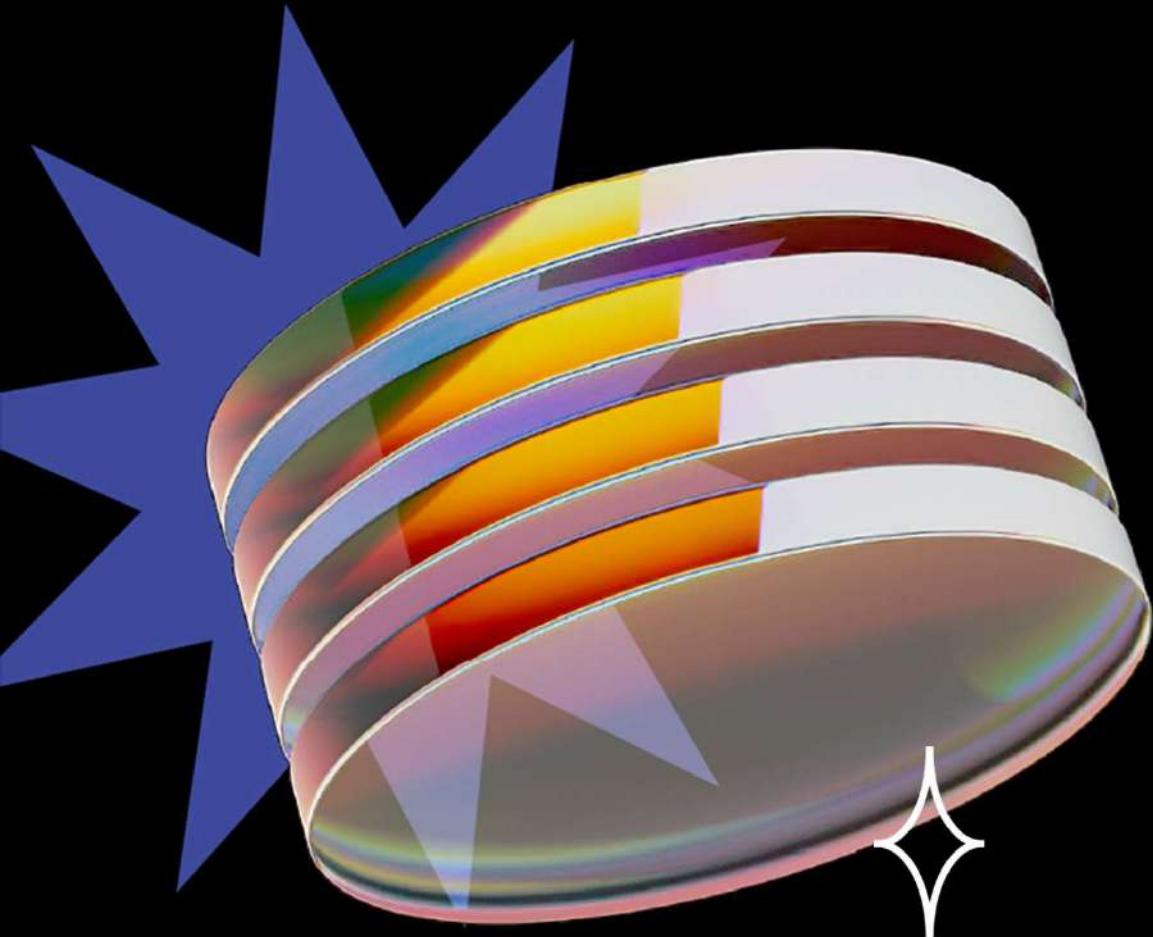
Sí Señora | Sí Señora  
Sí Señora | Sí Señora

# Las datos se ven así





2024



# Herramientas IA para desarrollo

# IA para Diseño

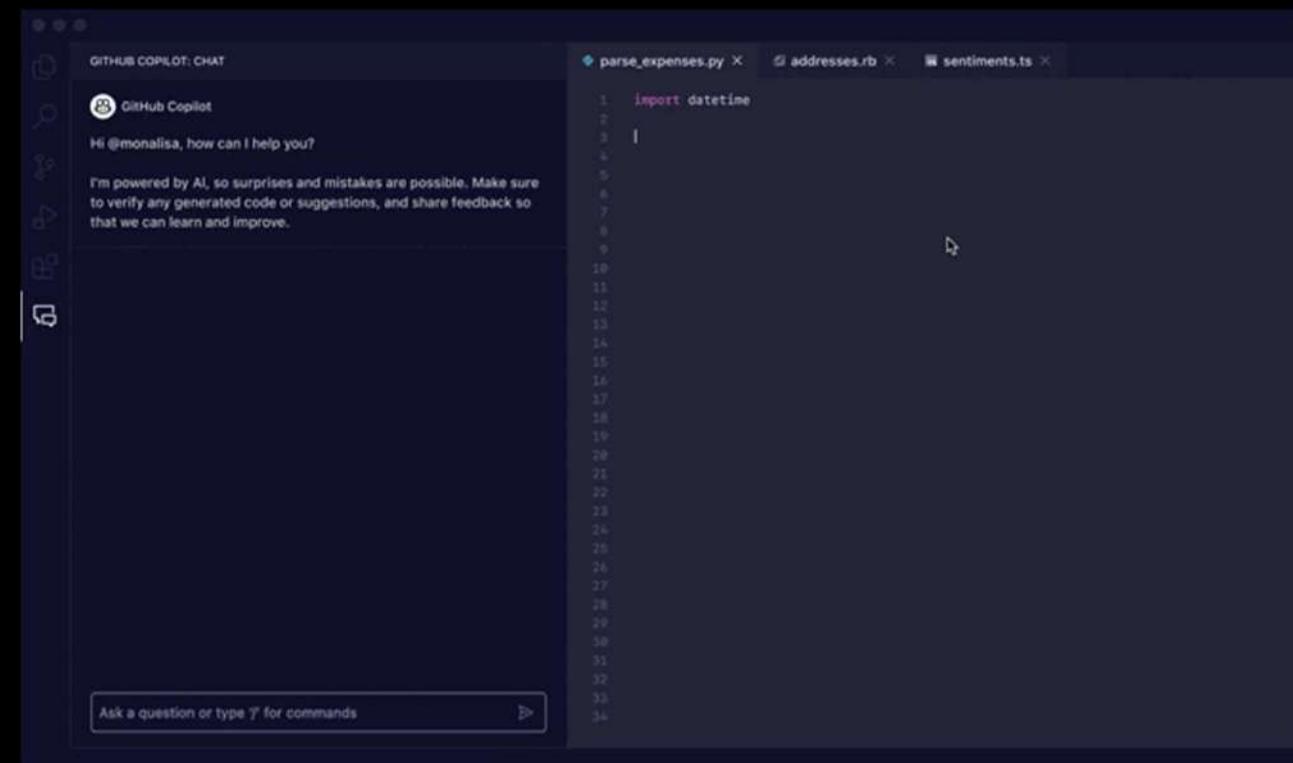
De pago

## 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](https://www.github.com/features/copilot)



# IA para Diseño

De pago

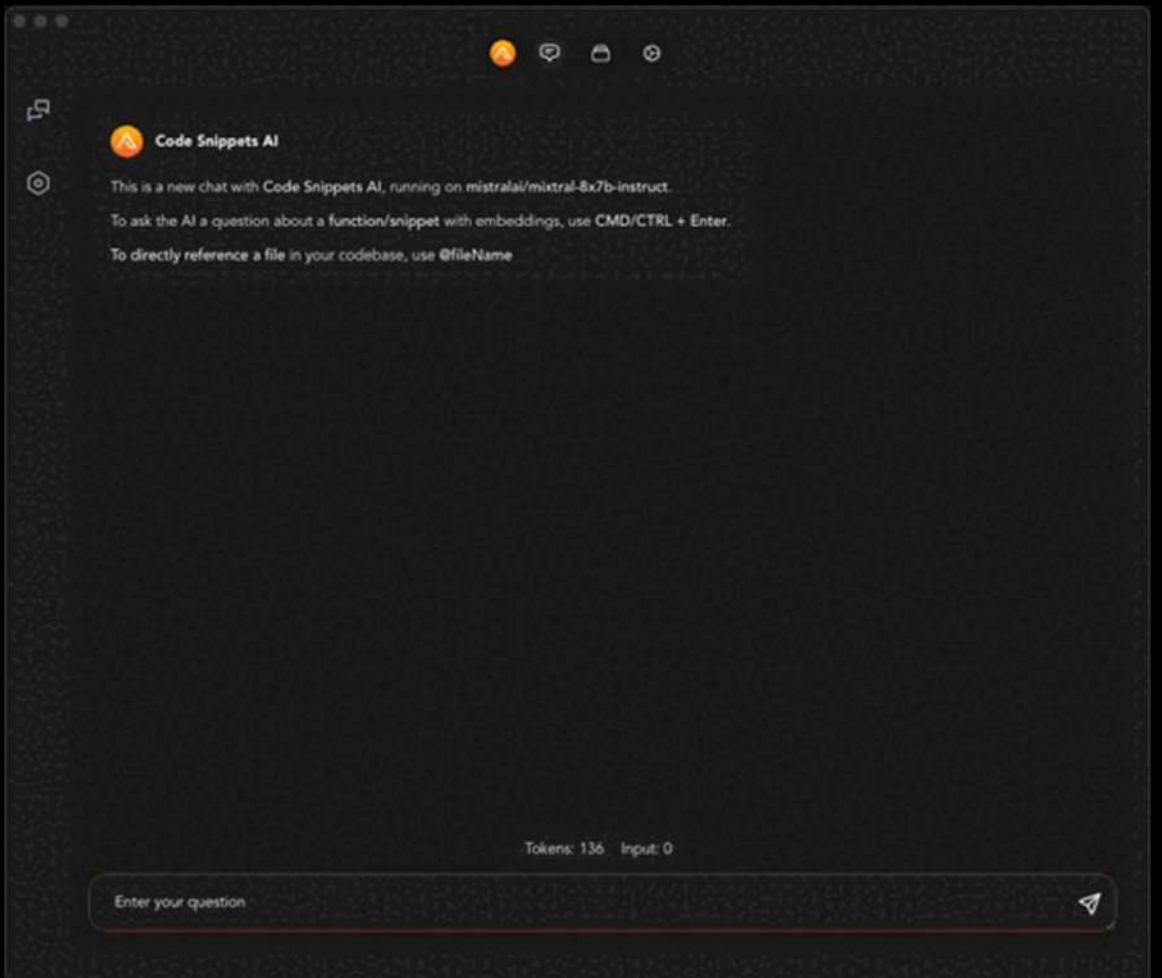


# Codesnippets

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](http://www.codesnippets.ai)



Y cuando bajas la estrategia

Sí Señora | Sí Señor  
Señora | Sí Señor

# Verificamos

**Vía estrategia - planteamiento metodológico  
INNOVACIÓN DE COMPAÑÍA**

**Vía táctica - Ejecución de Iteración  
NUEVOS MEDIOS**



Sí Señora | Sí Señor  
Señora | Sí Señor

# Solución

Planteamiento estratégico...

Desarrollo táctico a nivel general y específico....

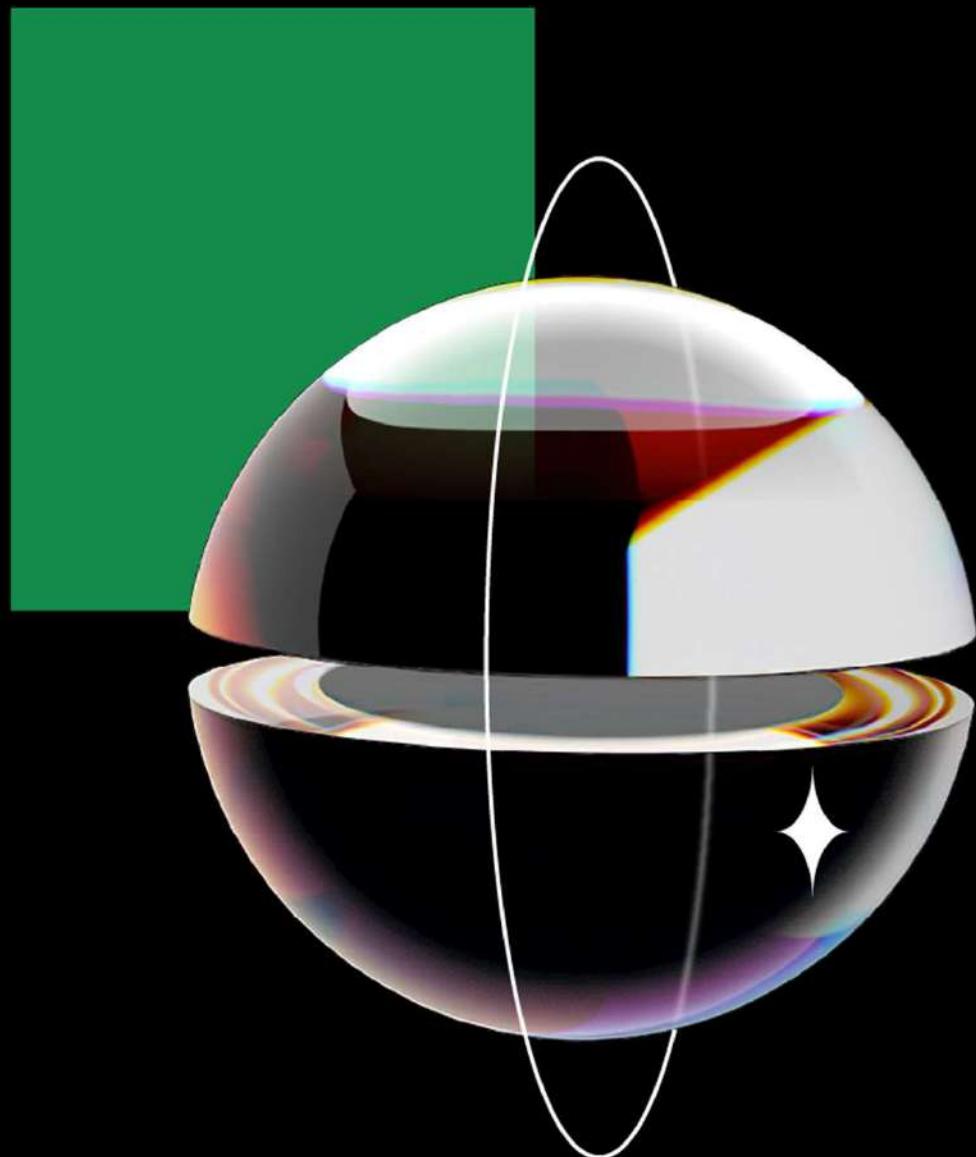
Datos para empezar todas las reuniones de marketing...

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



Quieres ser el mejor  
Retite  
Mejora  
Itera  
Proyéctate  
Aprende de los errores





¿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.



[https://www.abc.es/tecnologia/informatica/soluciones/abci-brainnet-primer-social-telepatica-201810120255\\_noticia.html](https://www.abc.es/tecnologia/informatica/soluciones/abci-brainnet-primer-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.



| Sí Señora /

*Y como le dije a  
mi ex*

\*\*\*Terminamos