

Cursos Clic

2017

El que se capacita, **sabe**

CURSO_3

“Crea campañas de marketing disruptivas y con pocos recursos en Internet”

Profesor: Matías Wolff

matiaswolffh@gmail.com

CON TENI DO

1. Caso de éxito Endeavor: Prey
2. ¿Qué es un relato? ¿cuál es su relevancia?
3. Herramientas para armar un relato.
4. Tengo mi historia, ¿y ahora qué?
5. ¿Cómo partimos?



STORY IS KING!



... ANTES, DOS
CONCEPTOS CLAVE.



PROPUESTA DE VALOR

... por el amor de D's, por favor, dime qué hace tu empresa!



PROPUESTA DE VALOR:

**ES LA ESENCIA DE LA EXPERIENCIA DEL
CLIENTE.**



EXPERIENCIA:

**LA SUMA DE TODOS LOS PUNTOS Y
MOMENTOS DE CONTACTO ENTRE LA MARCA Y
EL CLIENTE.**







el café es
italiano



el café es
consistencia y
elegancia



el café es
“my third
place”



**el café es
italiano**



**el café es
consistencia y
elegancia**



**el café es
“my third
place”**



**el café es
con piernas**



IMAGINE





IMAGINE



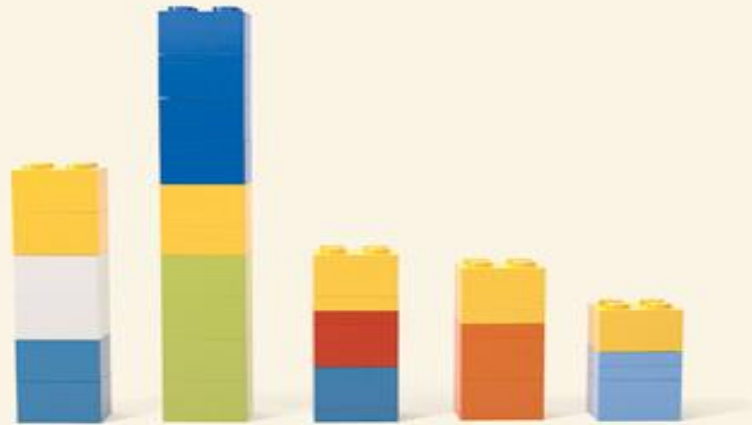


IMAGINE



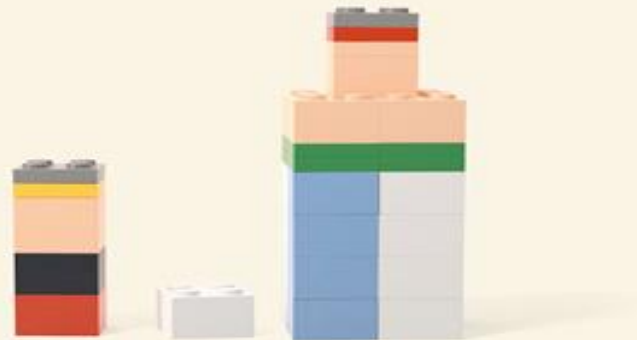


IMAGINE



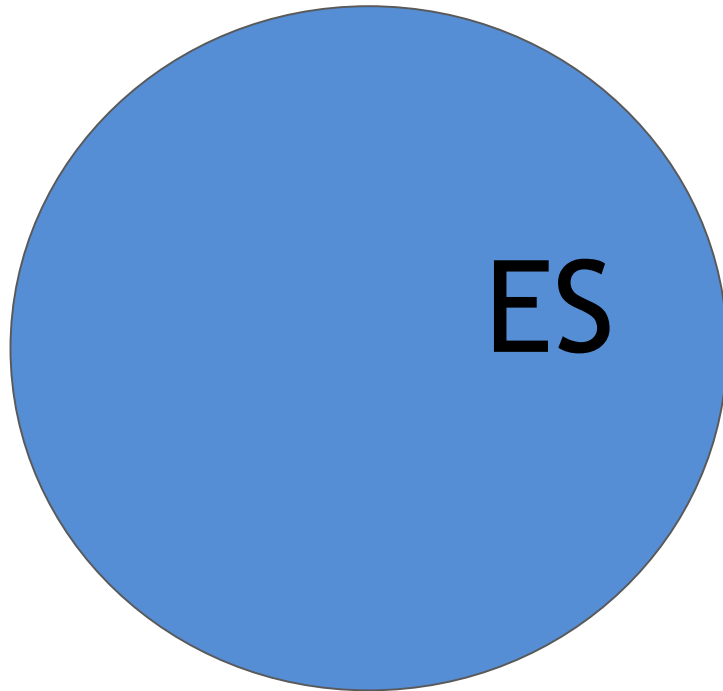


IMAGINE





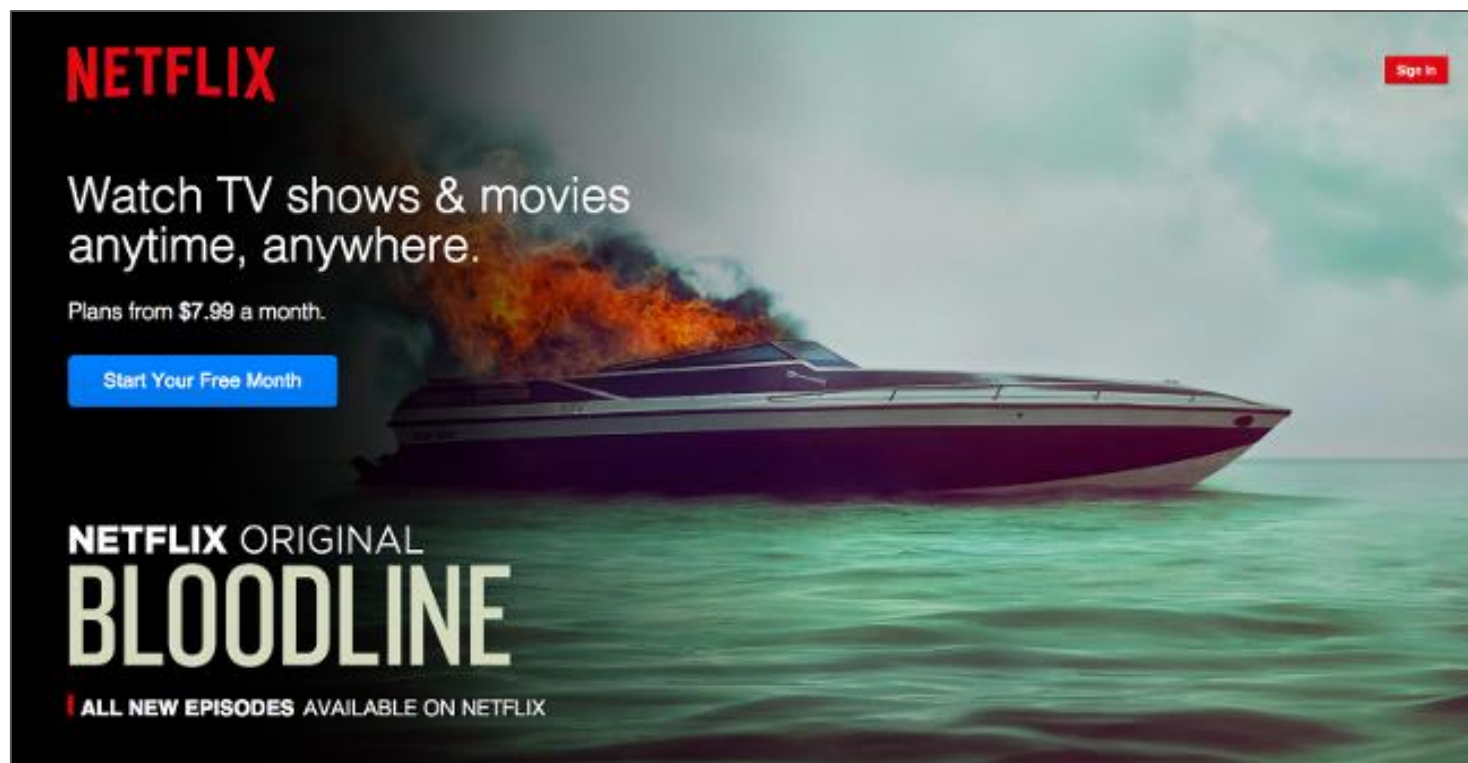
ESTABLECER BARRERAS



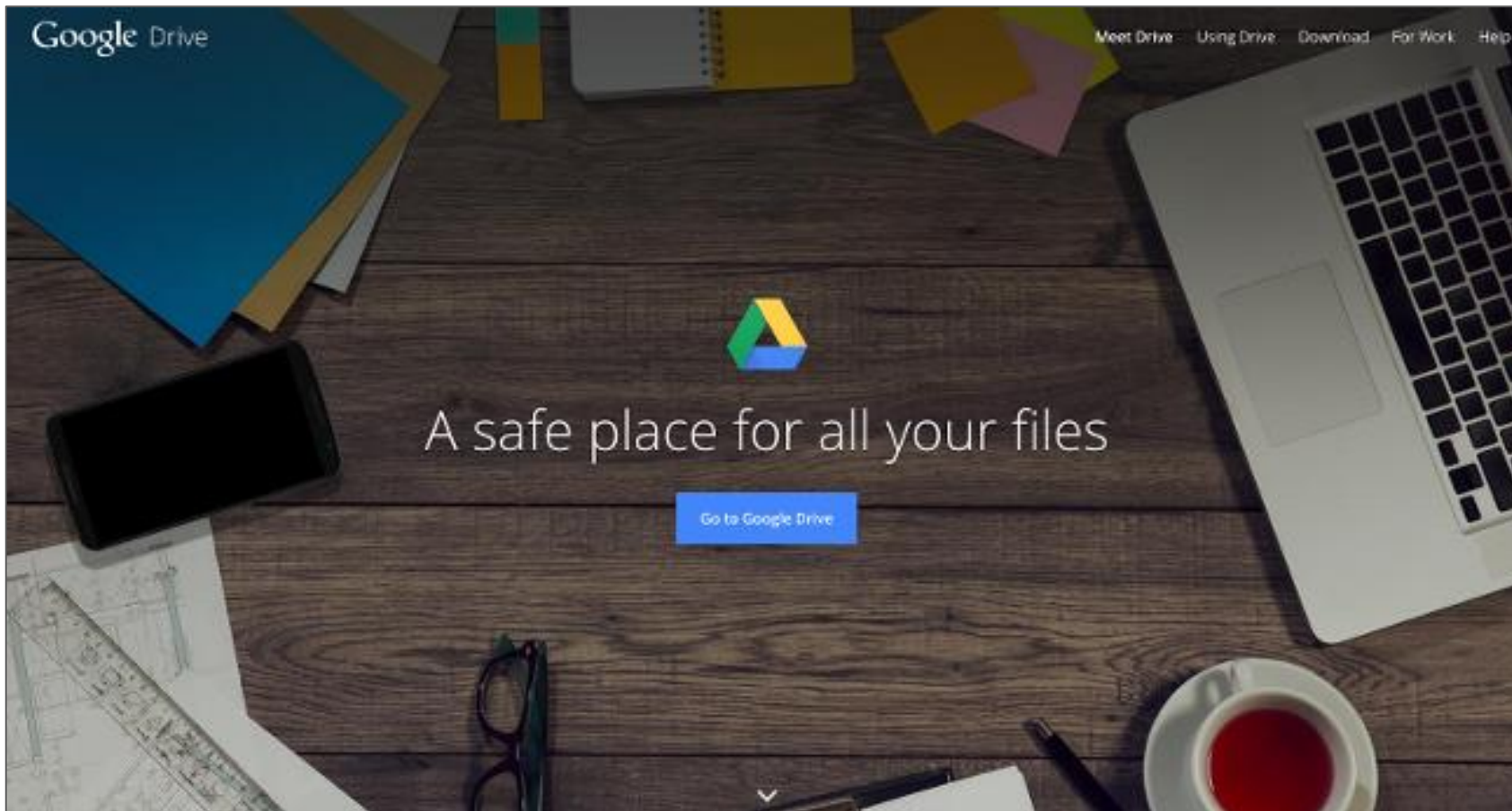
NO ES



Mira series y películas en cualquier momento y lugar a un precio económico.



* “Un lugar seguro para todos tus archivos”





Bar Pitch



NUESTRA (oferta)
ES LA ÚNICA EN (su categoría)
CAPAZ DE (beneficio)



EMPRESAS CARACTERÍSTICAS DESCARGAR PRECIOS BLOG EN

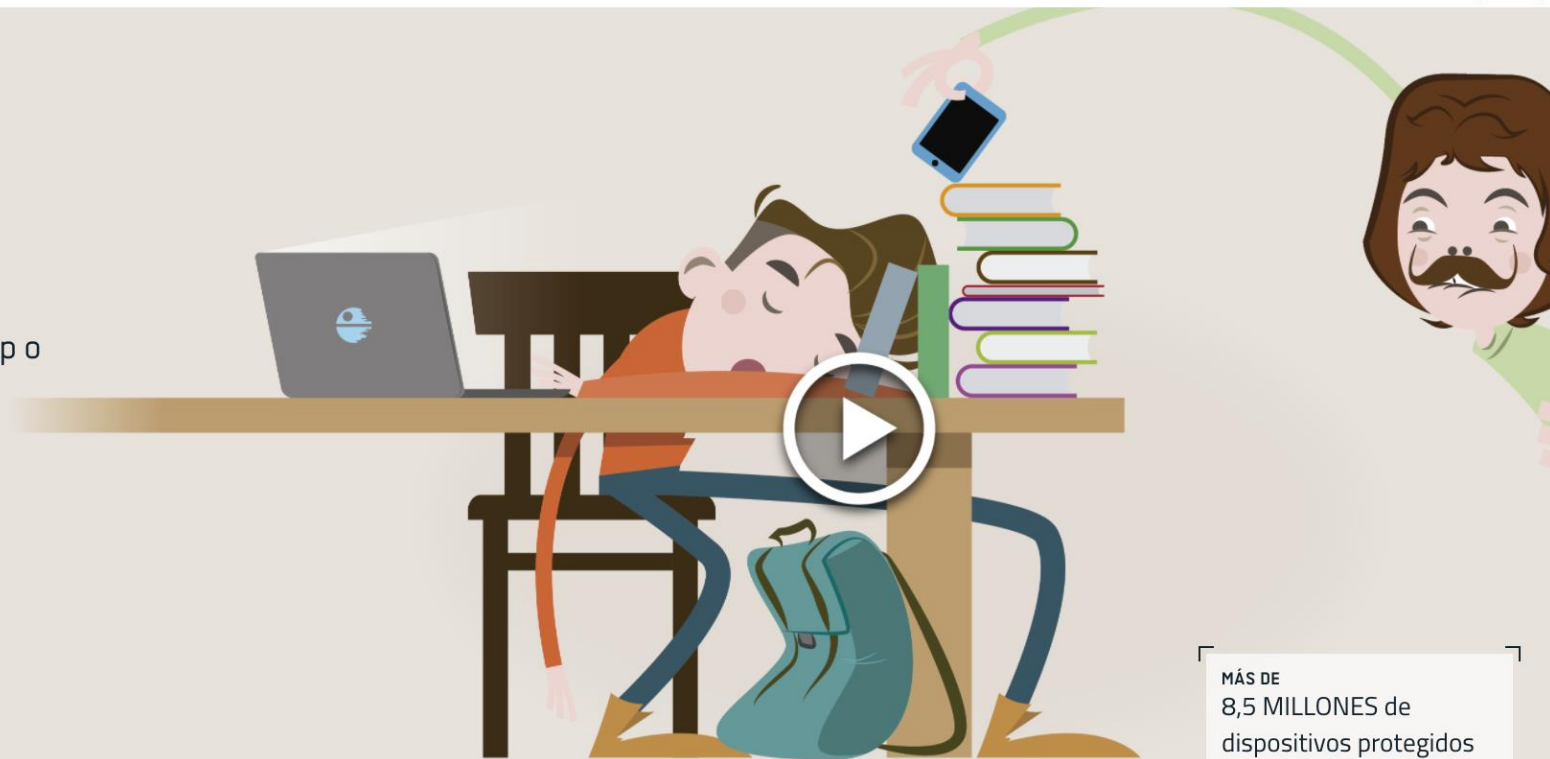


SOFTWARE ANTIROBOS & RASTREO

“PREY ES UNA SENSACIÓN DE JUSTICIA”

Defiéndete contra el robo y protege tu móvil, laptop o tablet con Prey de manera gratuita.

PREPÁRATE CON PREY



MÁS DE
8,5 MILLONES de
dispositivos protegidos
[Leer casos de recuperación](#)



¿MARCA?



MARCA = PRODUCTO +
HISTORIA





LA HISTORIA SUPERA AL PRODUCTO Y SUS CARACTERÍSTICAS FÍSICAS- FUNCIONALES



**HISTORIA = CONEXIÓN
EMOCIONAL**

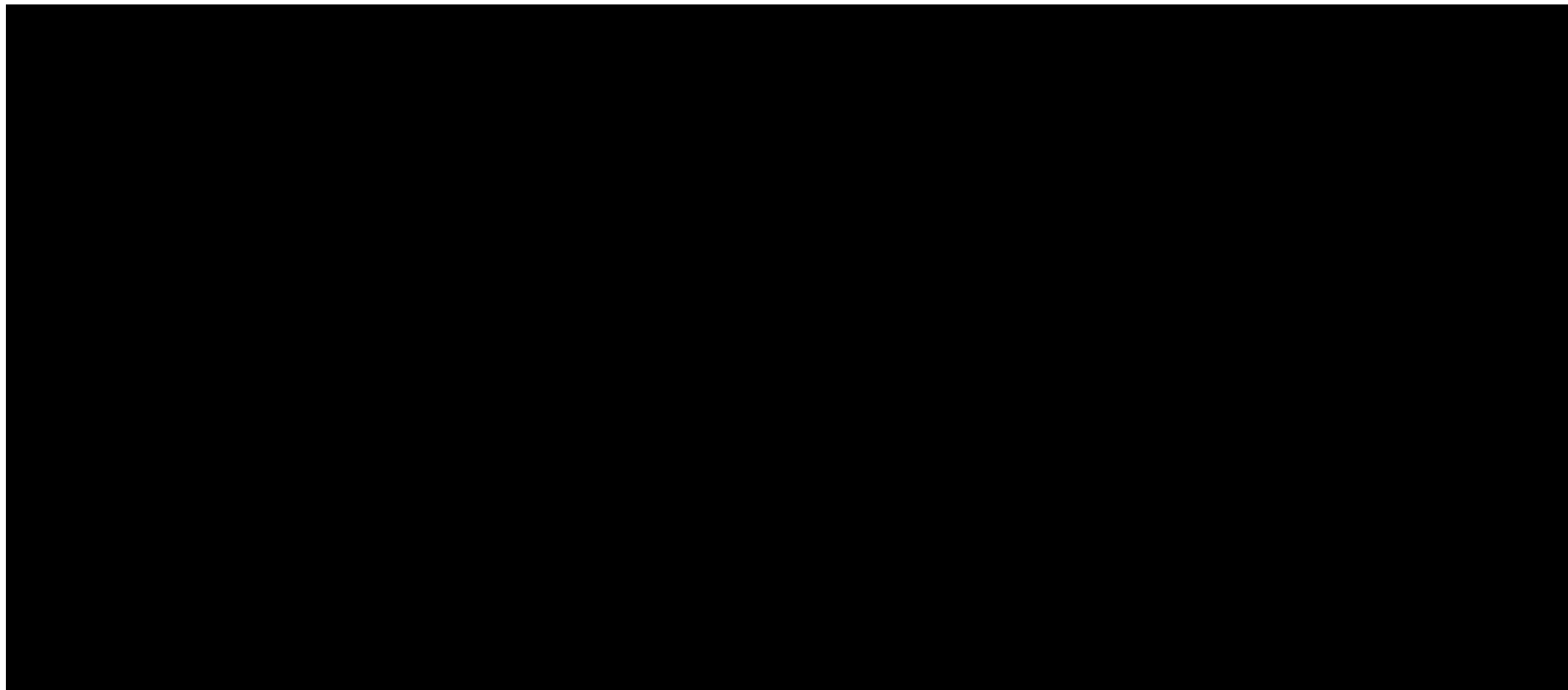




HISTORIA = DIFERENCIACIÓN



HISTORIA = VALOR





POSICIONAMIENTO = HISTORIA



TODA HISTORIA ES LA HISTORIA DEL
CAMBIO.



El *status quo* nunca es una historia.

TODA HISTORIA ES LA HISTORIA DEL
CAMBIO.



El *status quo* nunca es una historia.

TODA HISTORIA ES LA HISTORIA DEL
CAMBIO.

MAKE AMERICA GREAT AGAIN / AMERICA IS ALREADY GREAT



La clave está en combinar el propósito de la empresa con una verdad HUMANA.

CON TENI DO

1. Caso de éxito Endeavor: Prey
2. ¿Qué es un relato? ¿cuál es su relevancia?
3. Herramientas para armar un relato.
4. Tengo mi historia, ¿y ahora qué?
5. ¿Cómo partimos?



UNA FORMA DE CONTAR HISTORIAS

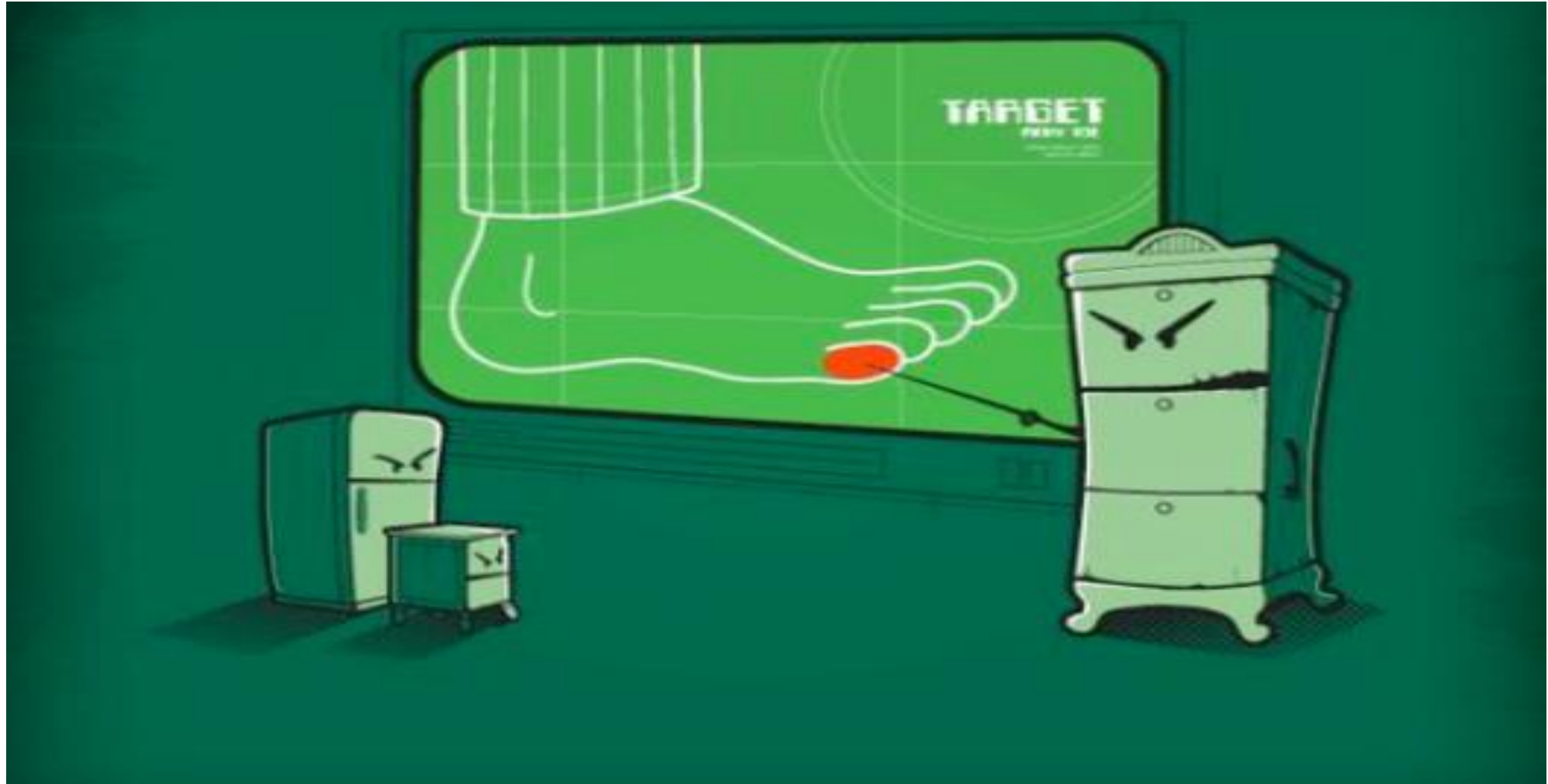


INSIGHT





INSIGHT = REVELACIÓN





El INSIGHT es un conocimiento colectivo:
Situaciones, conocimientos y experiencias vividas por el consumidor.

Es la vida diaria mostrada en una idea creativa.

Es una mirada profunda y distinta a lo obvio, pero que se convertirá en obvio en el momento en que lo descubrimos, no antes.



ES INCUESTIONABLE



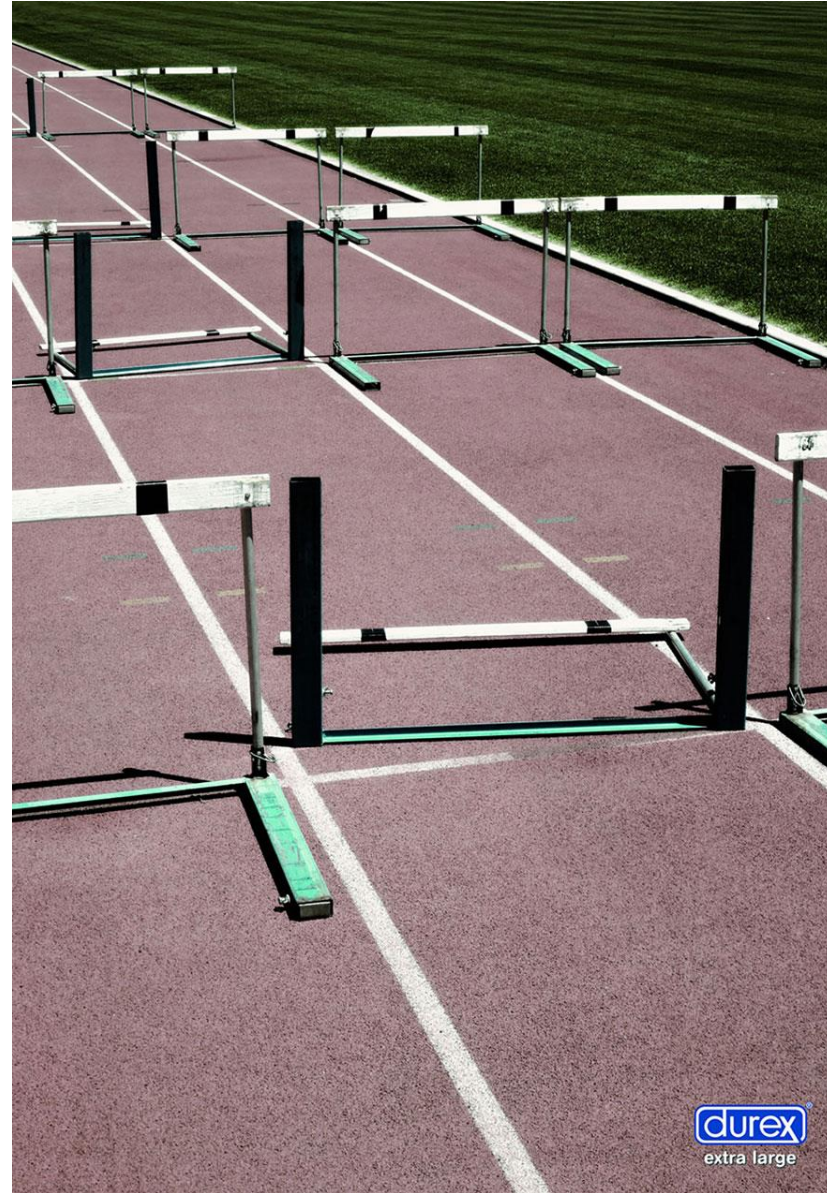
Y SIEMPRE se basa
en una emoción





BAD DOG BREATH?











REFLEJA UNA TENSIÓN



QUE OTROS HABLEN DE DISEÑO.
Nosotros lo llamamos estilo.



LANCER
Caja automática

PRECIO DESE	PRECIO SINDE
\$8.490.000	\$8.990.000



 **MITSUBISHI**
Diseño y estilo.

Exclusivo. Seguro. Confianza. Rendimiento. Tecnología. Seguridad. Todos los beneficios y ventajas de un auto moderno. Mitsubishi Lancer. El auto que redefine el estilo.





DEBE OPERAR EN LA VIDA DE LAS PERSONAS, NO SE TRATA DEL PRODUCTO

Tu cliente



Tú









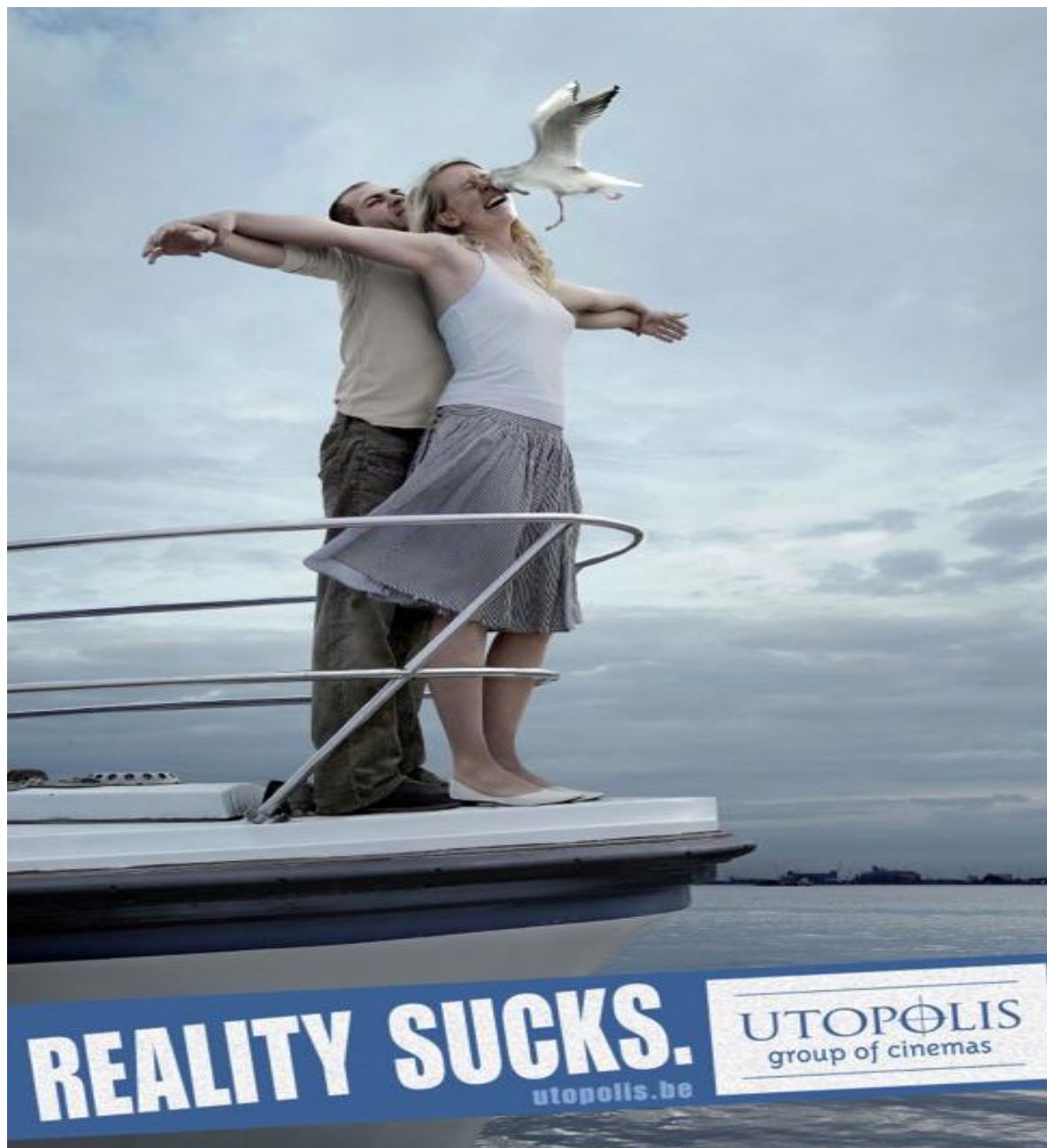
La ventaja competitiva pesa muy poco

**HOY EN DÍA LA GRAN OPORTUNIDAD
PARA LAS MARCAS ES INNOVAR A
PARTIR DE UN CAMBIO DE RELACIÓN
CON LAS PERSONAS.**





**CONEXIÓN EMOCIONAL =
VALOR**













Not Worry
Celebrating 80 years

CON TENI DO

1. Caso de éxito Endeavor: Prey
2. ¿Qué es un relato? ¿cuál es su relevancia?
3. Herramientas para armar un relato.
4. Tengo mi historia, ¿y ahora qué?
5. ¿Cómo partimos?



**CÓMO LOGRO QUE MI
MENSAJE LLEGUE.**

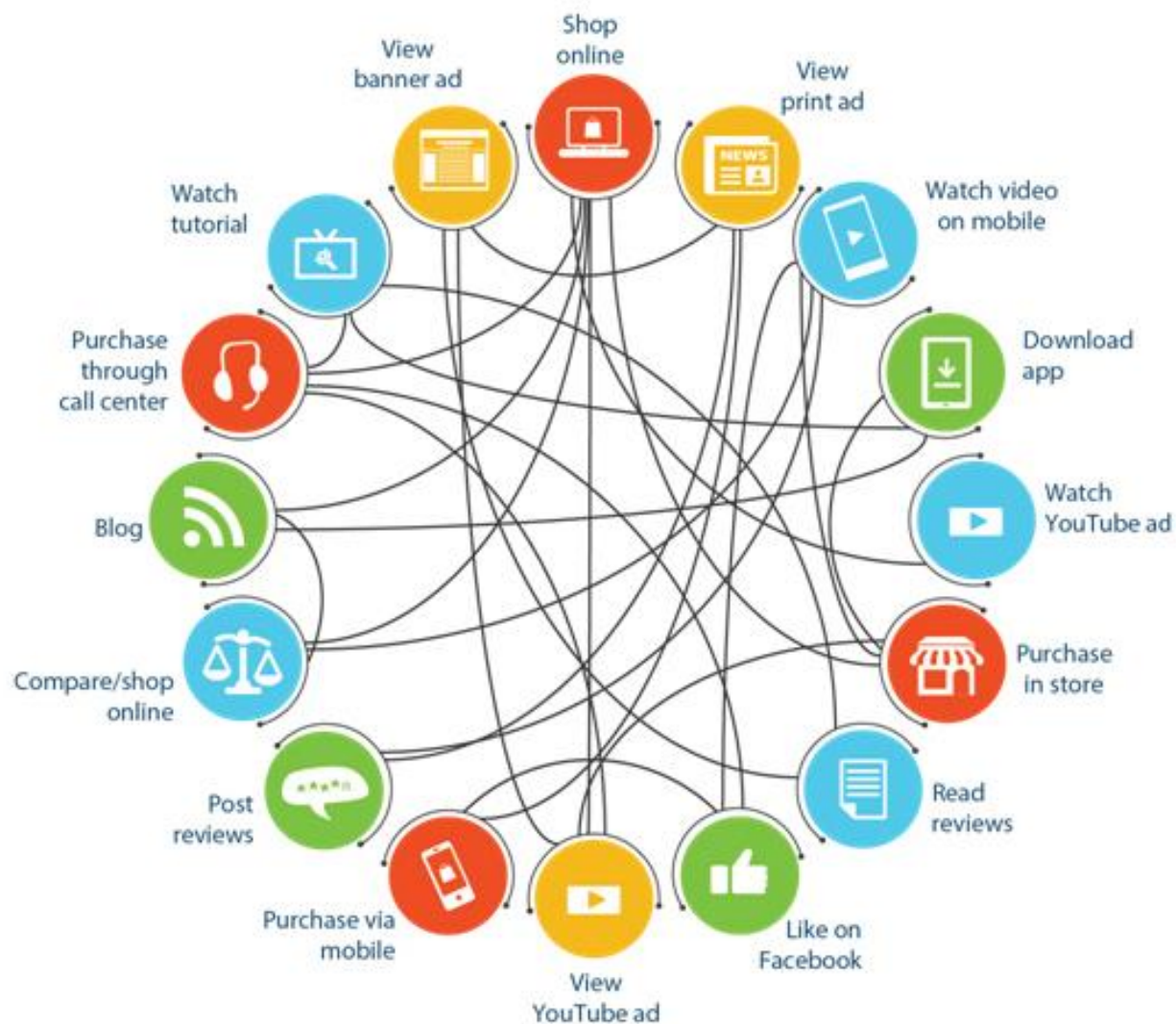


EL MODELO PUBLICITARIO TRADICIONAL CADUCÓ.

Debemos funcionar en modo
campana política.



Ciclo Tradicional

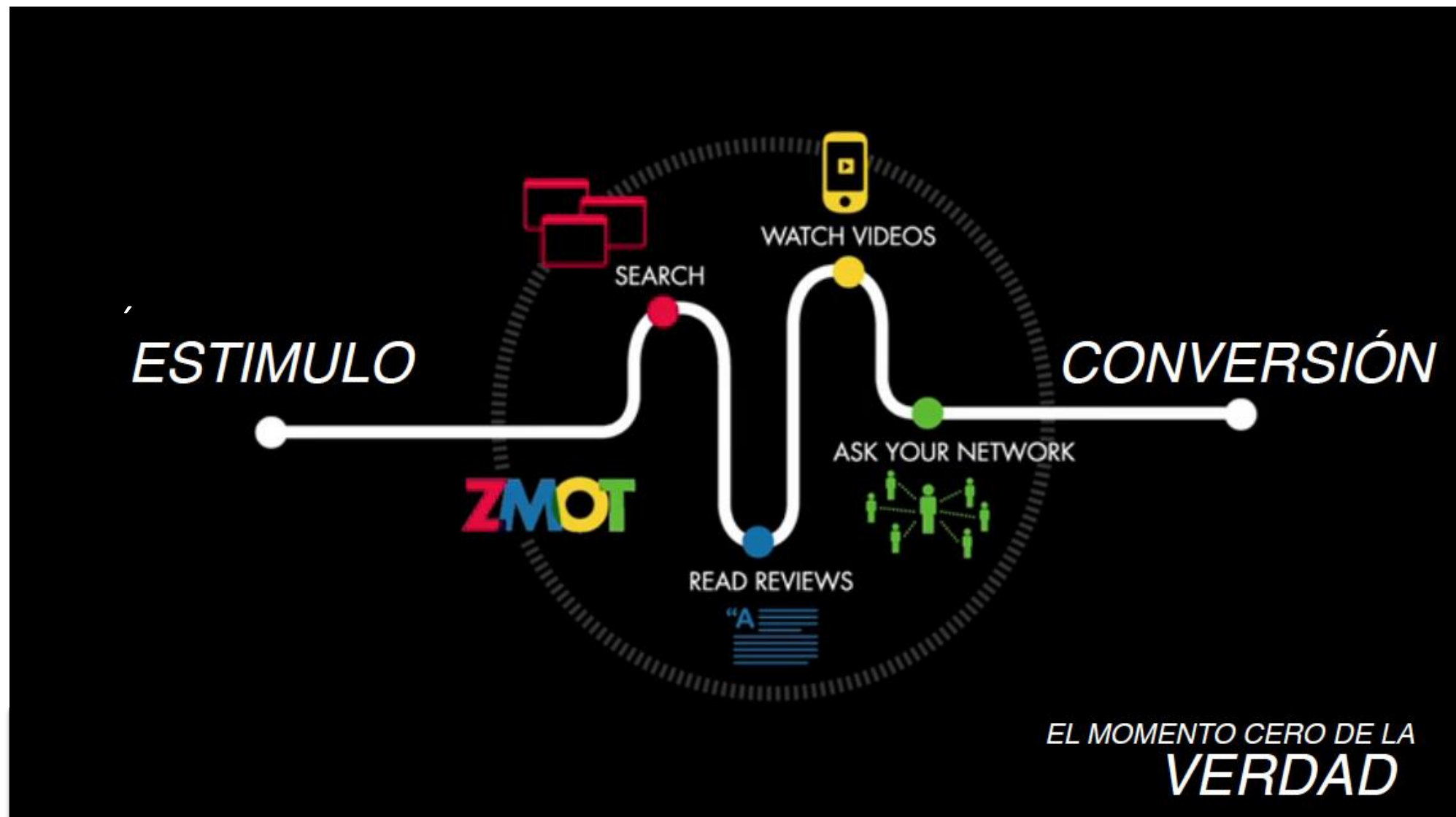


Ciclo Digital



La forma de consumir los medios ya no es secuencial, sino en paralelo.

La multiplataforma es un hecho de la causa.





Para atraer clientes, las marcas deben proporcionar contenido que a sus clientes les encante.



CON TENI DO

1. Caso de éxito Endeavor: Prey
2. ¿Qué es un relato? ¿cuál es su relevancia?
3. Herramientas para armar un relato.
4. Tengo mi historia, ¿y ahora qué?
5. ¿Cómo partimos?



como aumento mis ventas



Todo

Videos

Imágenes

Noticias

Maps

Más

Preferencias

Herramientas

Cerca de 2.010.000 resultados (0,69 segundos)

Cómo Aumentar Ventas - Mejores Relaciones c/ Clientes - microsoft.com

[Anuncio](#) www.microsoft.com/Dynamics365/Ventas

Pruebe Gratis el Mejor Software CRM y Construya Mejores Experiencias c/ Clientes

Software para Empresas · Impulse la Productividad · Desarrolle más Clientes · Optimice sus Finanzas

Servicios: Ventas, Atención al cliente, Operaciones, Trabajo de campo, Automatización, Marketing, Inf...

Automatización De Trabajo

Productos Al Por Menor

Nuestras Ventas

Servicios De Mercadeo

¿Quiere aumentar sus ventas? - ¿Tiene un buen plan comercial?

[Anuncio](#) www.valoriza.cl/plan-com

Elaboramos o mejoramos su plan comercial para incrementar sus ventas y márgenes.

¿Quiere aumentar sus ventas? - Desde UF 15 (USD 620) al mes

[Anuncio](#) www.pricing.cl/ (2) 2887 7100

Gestione sus precios de forma sistemática y eficiente. ¡Contáctenos!

Estimación de Demanda · Gestión de Inventario

📍 Av. Providencia 1760, Of. 1001, Providencia, Santiago, Santiago

CREA ESTRATEGIAS PARA VENDER MÁS

1. Crear guías de ventas cruzadas para tus vendedores. Arma paquetes de servicios o productos para cruzar tus ventas e incrementarlas. ...
2. Ofrece productos que otros han comprado. ...
3. Organiza paquetes o kits de productos por temporada, de forma fija o por promociones.

10 Ideas para incrementar las ventas en tu local - Revista Merca2.0

<https://www.merca20.com/10-ideas-para-incrementar-las-ventas-en-tu-local/>

🔍 Acerca de este resultado

💬 Comentarios

7 consejos para aumentar tus ventas - No logro aumentar mis ventas ...

<https://www.fundapymes.com/7-consejos-para-aumentar-tus-ventas/>

¿Y si el posicionamiento de la empresa es ahora mayor que hace un año, aunque no crezcan las ventas? En mis conferencias, y con todos mis clientes de ...



Qué es Inbound Marketing



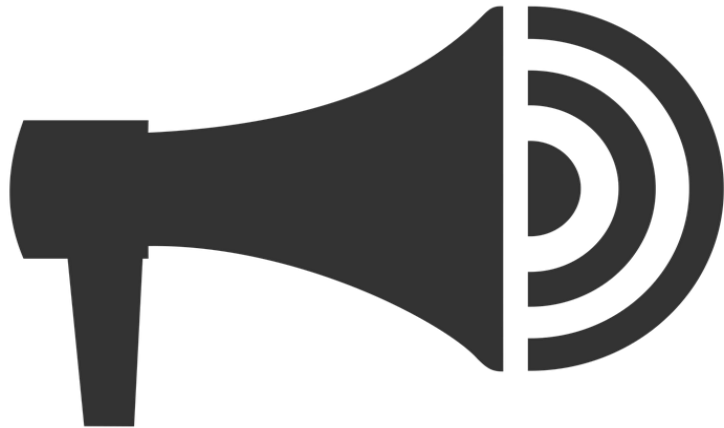


Definición:
Inbound Marketing es un enfoque holístico del marketing basado en datos, que atrae a las personas a su marca y las convierte en clientes duraderos.



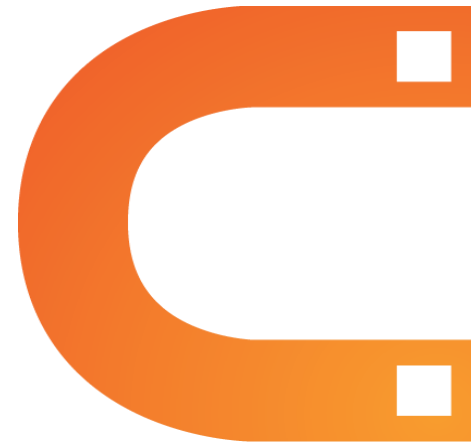
Traditional

- Productocéntrico
- Mailing masivos
- Publicidad interruptiva
- Enfocado en marketing

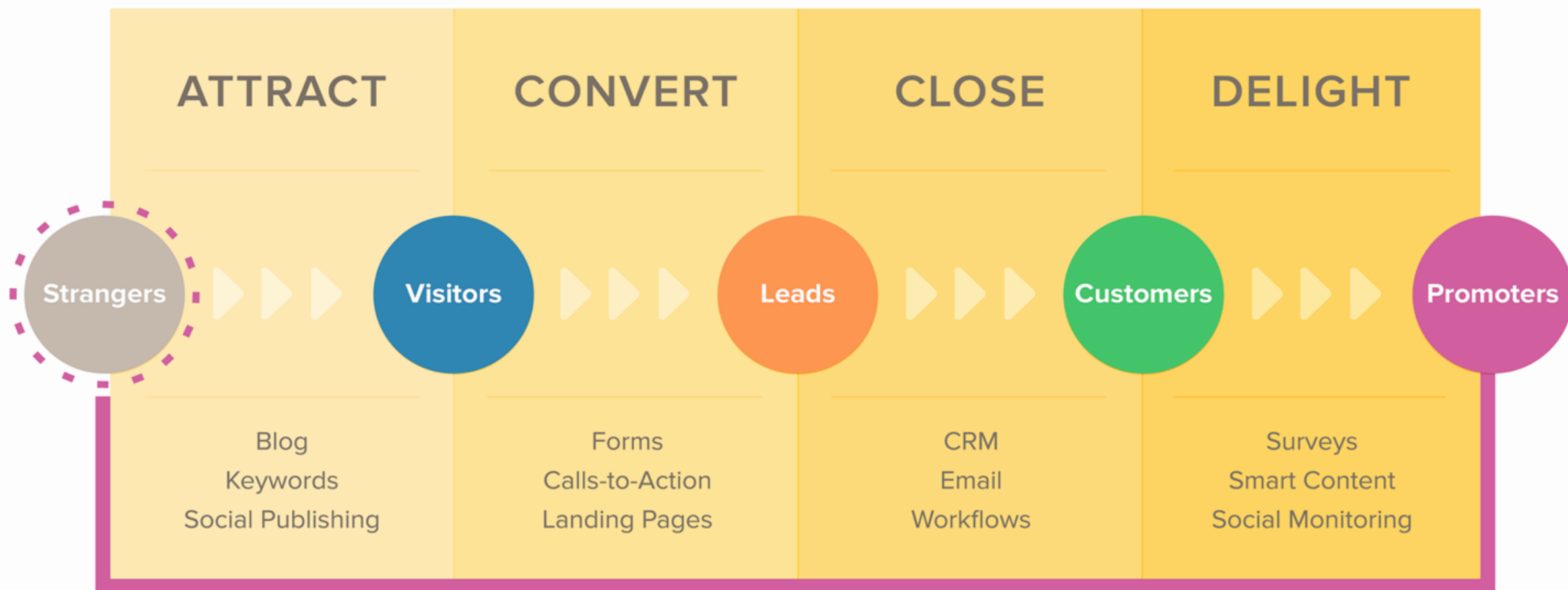


Inbound

- SEO
- Blogging
- Atracción
- Clientecéntrico

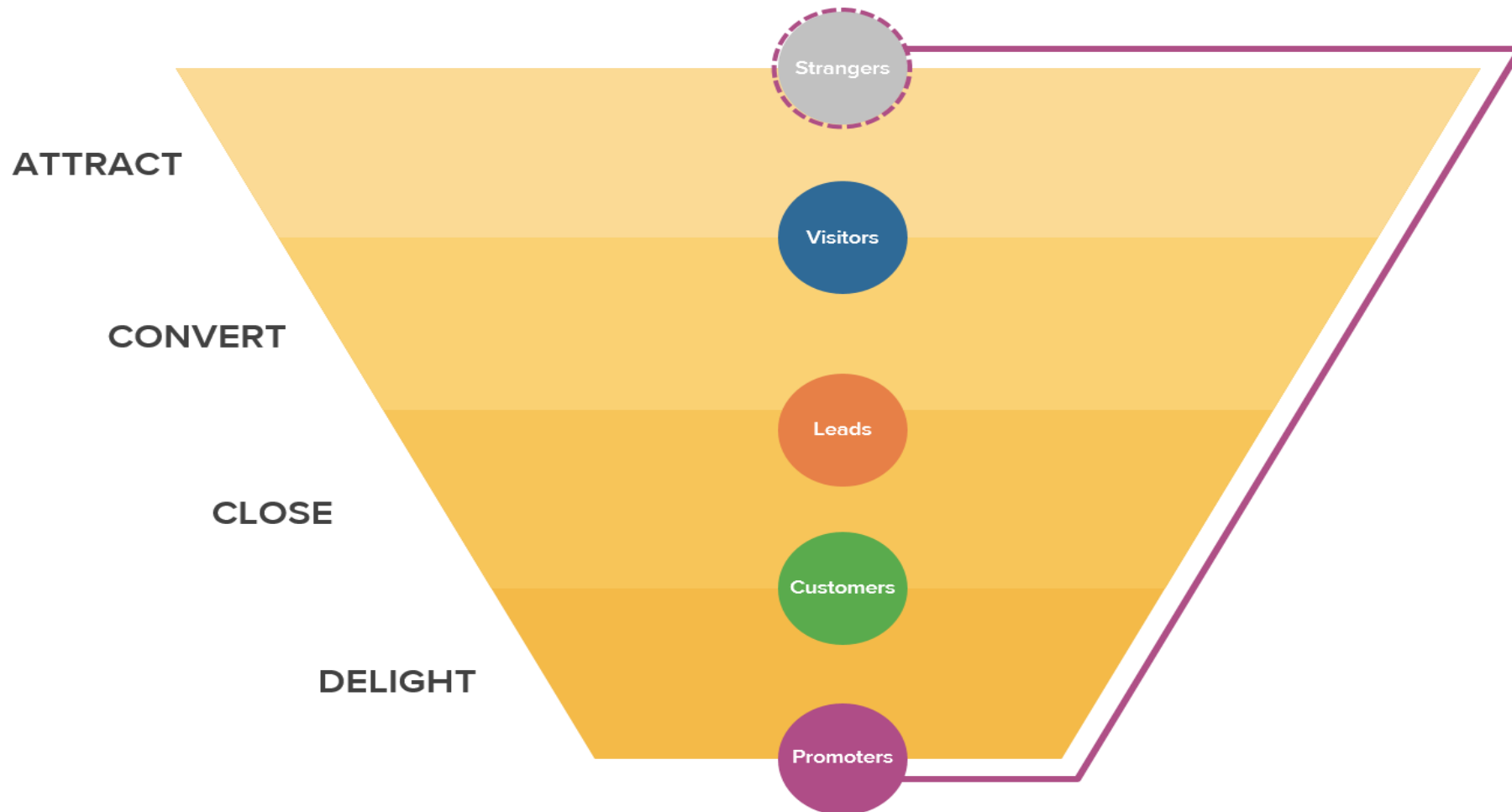


* Metodología Inbound





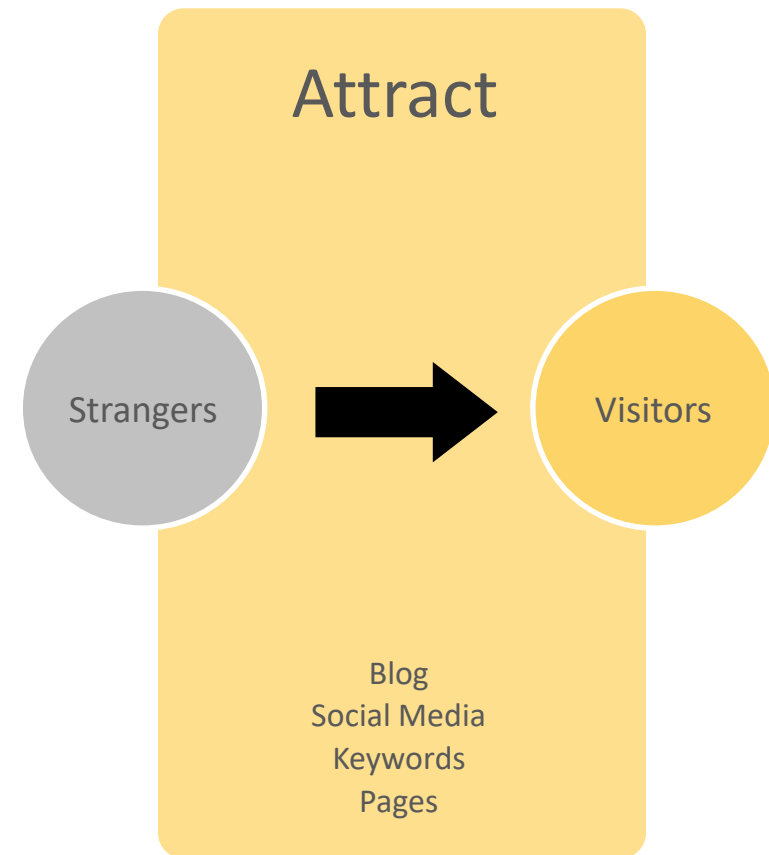
THE METHODOLOGY VISUALIZED AS A SALES FUNNEL



* PASO 1: ATRAER A EXTRAÑOS Y PONERLOS EN VISITANTES DE SITIOS WEB.

Las herramientas para atraer extraños a su sitio, incluyen:

- **Blogging**
- **Redes Sociales**
- **Optimización de Keyword**
- **Landing Pages**





¿Qué herramientas usas
para convertir el tráfico
en clientes potenciales?

* PASO 2: CONVIERTA A LOS VISITANTES DE SITIOS WEB EN LÍDERES.

Las herramientas para convertir visitantes en clientes potenciales incluyen:

- Calls-to-Action
- Landing Pages
- Formularios
- Bases de datos





**¿Qué herramientas uso
para convertir leads en
clientes?**

* PASO 3: CERRAR LIDERA A LOS CLIENTES A TRAVÉS DE LA GUARDERÍA DE PLOMO.

Las herramientas para convertir leads en clientes incluyen:

- Email
- Automatización de Marketing
- Visibilidad del flujo



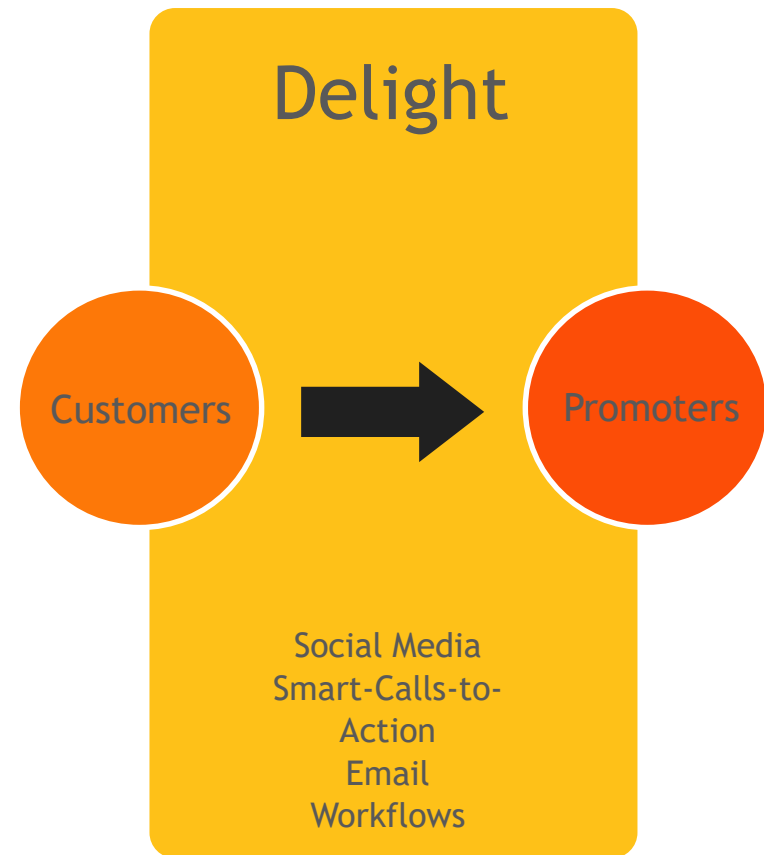


¿Qué herramientas usa
para convertir a los
clientes en clientes
felices y repetitivos?

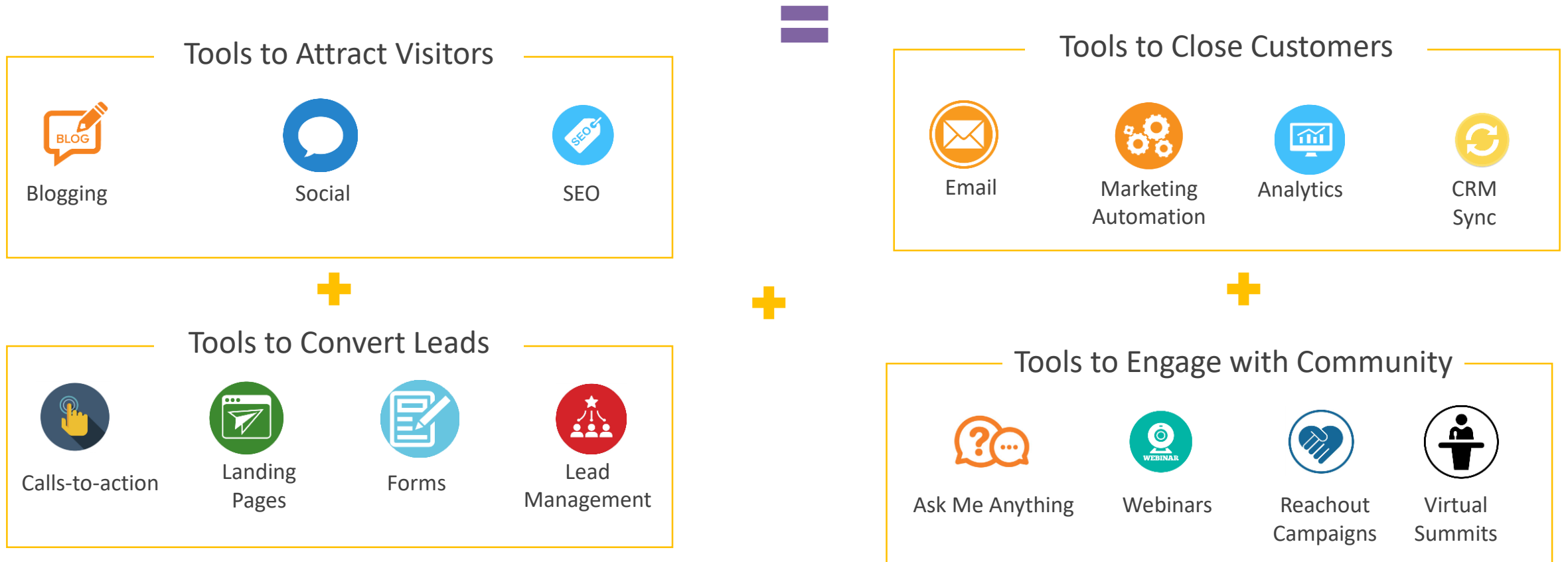
* PASO 4: DELEITE A LOS CLIENTES PARA CONVERTIRLOS EN PROMOTORES DE SU MARCA.

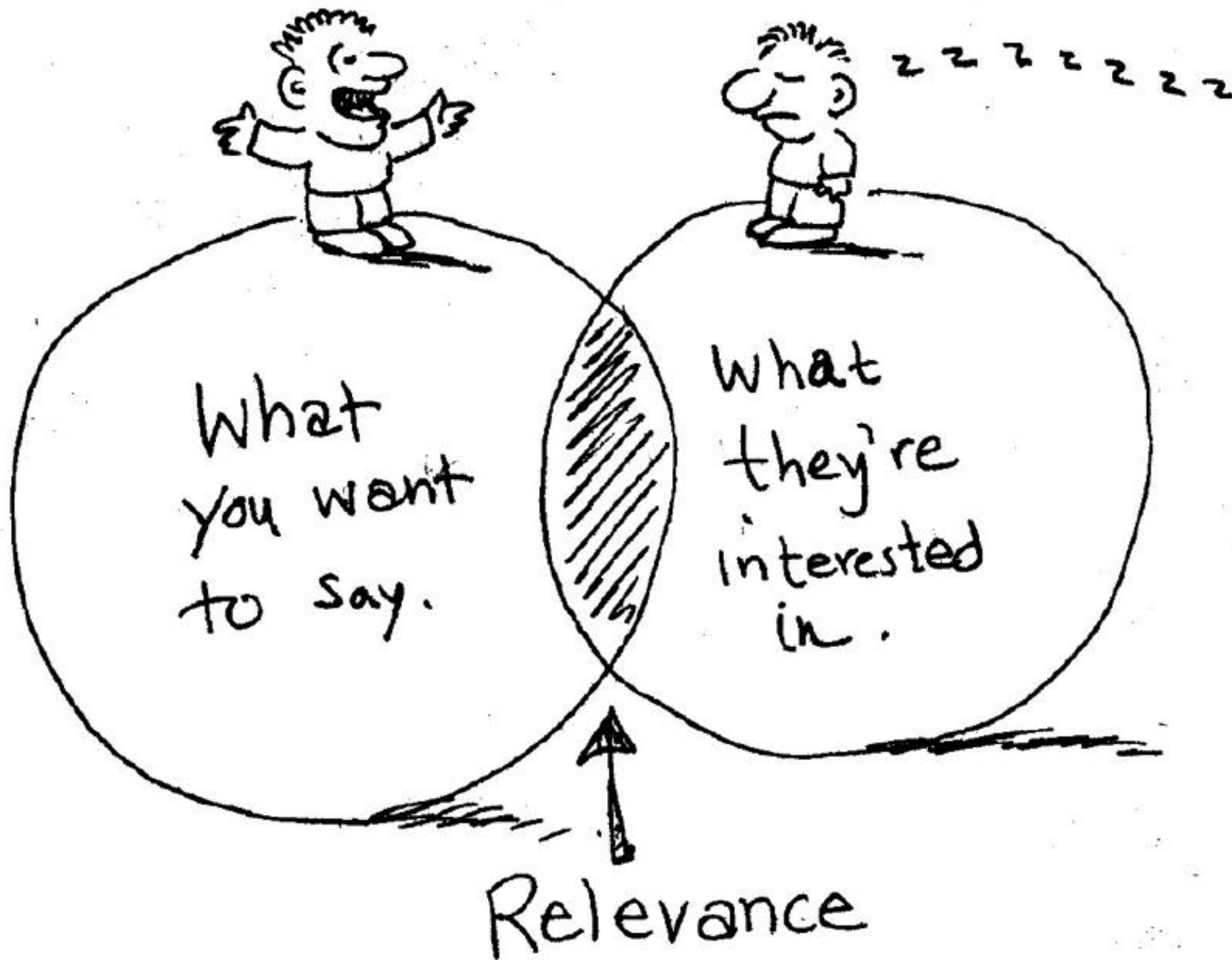
Las herramientas para deleitar a los clientes, incluyen:

- Smart Calls-to-Action
- Social Media
- Email and Marketing Automation



* In-Bound Marketing







IFERENCIACIÓN



*Te quiero
porque
eres igual
a los demás*





*Me vuelve
loca tu
pasividad*

A romantic couple is silhouetted against a vibrant sunset sky. The woman, on the left, has long dark hair and is wearing a white wedding dress with a floral lei around her neck. The man, on the right, is wearing a white shirt, a dark vest, and a lei. They are leaning in and kissing. The background shows a calm sea with gentle waves under a sky with soft, colorful clouds. A large, dark purple speech bubble is positioned on the right side of the image, containing the text.

*Me encantas
porque eres
neutro.*

A romantic scene at sunset. A man and a woman are silhouetted against a bright orange and yellow sky. They are looking at each other, with the woman on the left and the man on the right. A bird is flying in the sky between them. The background shows the ocean and distant mountains.

*Amo que
no tengas
opinión*

A romantic scene featuring a man and a woman sitting closely together on a dark wooden bench. They are positioned with their backs to the camera, looking out over a calm body of water. The man is on the left, wearing a dark jacket, and the woman is on the right, with long blonde hair. The water is a soft blue-grey, and the sky above is a pale, hazy blue. Some green foliage is visible in the upper corners of the frame. A large, dark red circular graphic with a small tail pointing towards the couple is overlaid on the right side of the image.

*Mi vida es
tan plana
contigo*

ME GUSTAS
PORQUE ERES
DIFERENTE



HAY MUCHOS



PERO POCOS







¡Gracias!