

TOPICOS SELECTOS DE MERCADO

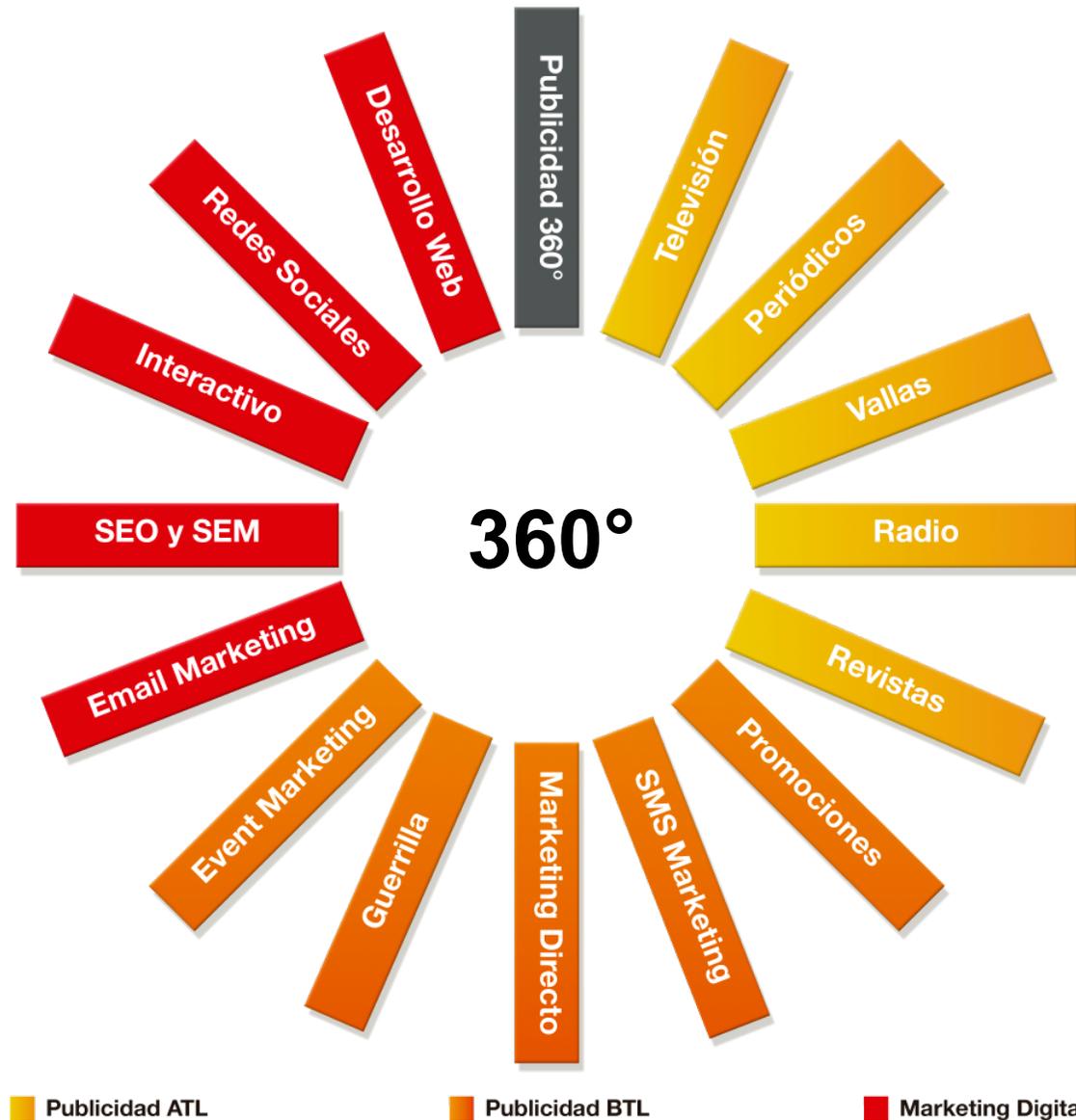
Ciclo 02-2020
Sección 02

¿MARKETING TRADICIONAL VRS DIGITAL?

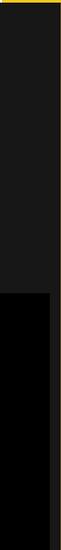
Opiniones

MARKETING 360°





Quando se habla de Marketing 360, por lo general se trata de definir un plan de marketing con presencia tanto en el plano digital como en el tradicional.



“

Para que realmente se trate de una campaña de marketing 360 debería abarcar todo, desde ATL, hasta digital y social, e inclusive expandirse a nuevos medios que vayan apareciendo en el ecosistema.

”





destapa la felicidad®

Comparte
una *Coca-Cola* con

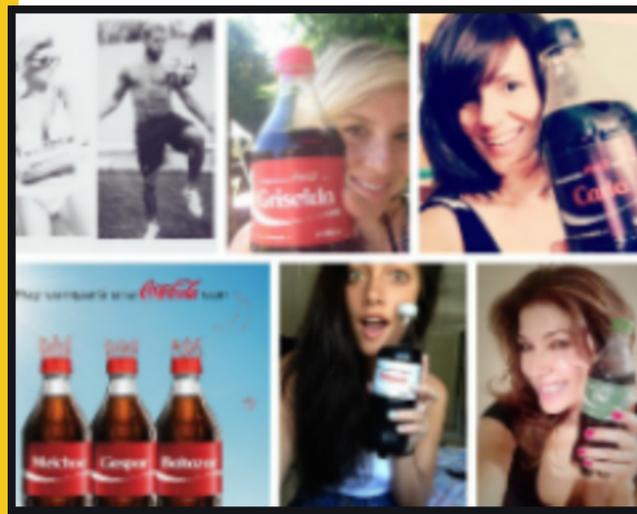


HAZ DEPORTE. © 2014 The Coca-Cola Company. "Coca-Cola" y "destapa la felicidad" son marcas registradas de The Coca-Cola Company.

Campana Coca Cola - 2014

“Comparte Coca Cola con un amigo”

- Coca Cola buscaba acercarse a los **Millenials**, ya que éstos son las recientes consumidores.
- Decidió cambiar sus empaques usando algunos nombres de esta generación.
- Logró ser un hit, especialmente entre el publico más joven.
- Incentivaban a las personas a subir las imágenes de las Coca Cola con su nombre a las redes sociales, usando **hashtags**
- Tendencia a nivel mundial.
- Lograron **aumentar las ventas** en un 2%.
- Con las **acciones digitales** que realizaron, crearon contenido en redes sociales que fuera relevante para el público objetivo.
- Se enfocaron en la acciones **online**, ya que la mayoría de los millenials están conectados a las **redes sociales**.
- Así, pudieron difundir muy bien su mensaje en Internet.



- Wall
- Info
- Friend Activity
- House Rules
- shareacoke.com.au

Coca-Cola Australia ▶ shareacoke.com.au

Food/Beverages

- Home
- Share a virtual can
- 150 Names & Songs
- Create a custom can

Watch your custom **Coke** can being created





Lo mejor de tomarte una *Coca-Cola* es morir dulcemente.





**MARKETING
DIGITAL 360°**



MARKETING DIGITAL 360°

Una estrategia de marketing 360° es aquella que incluye un **conjunto de acciones** y que, de manera global, tiene como finalidad **posicionar a la empresa lo mejor posible** y alcanzar los objetivos de la marca en cuestión.

Concepto 360, se centra en englobar estrategias de marketing digital y publicidad totalmente orientadas a tus objetivos empresariales, trabajando de manera conjunta para ofrecer una experiencia digital de primer nivel.

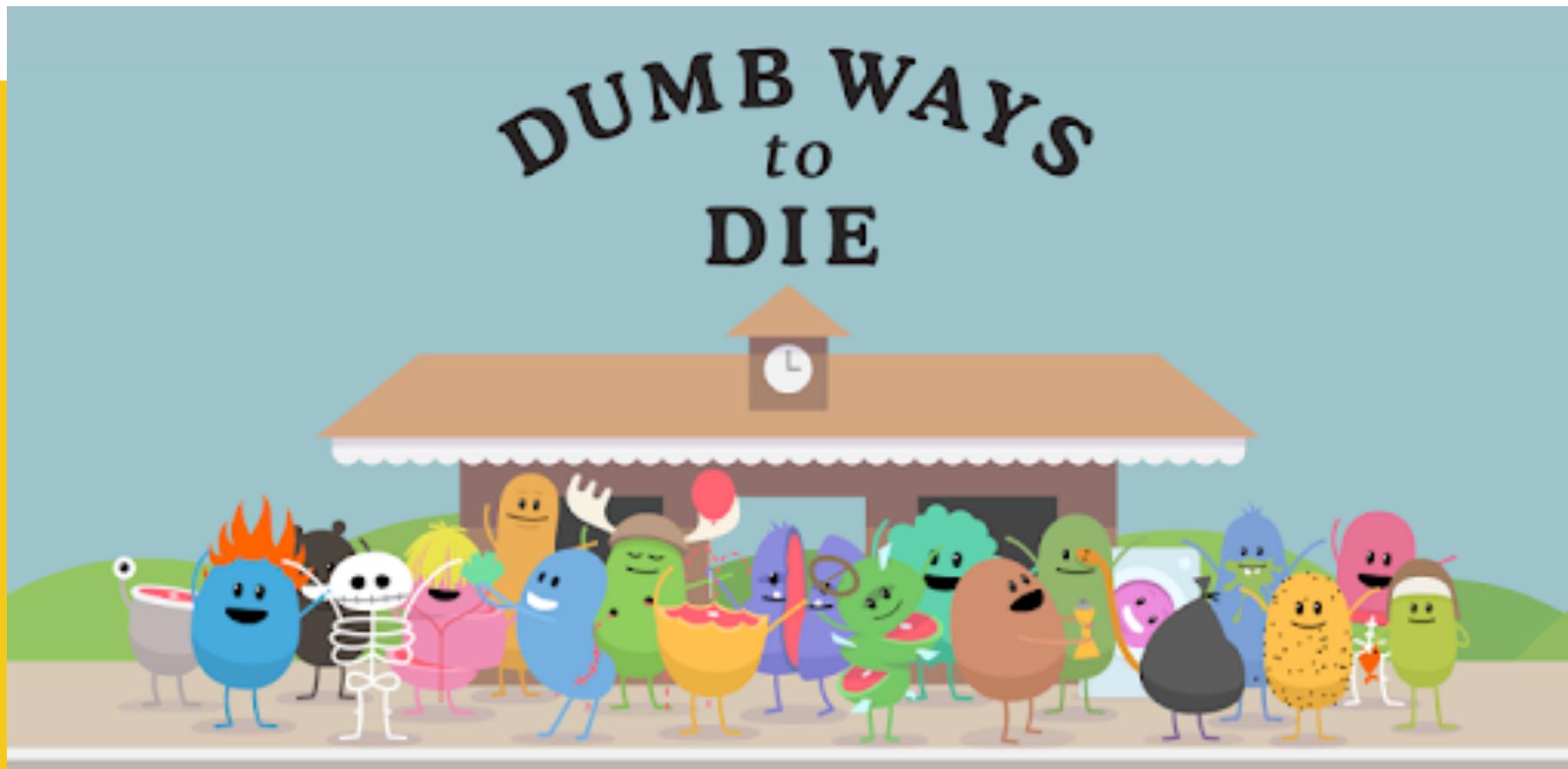


Campaññas digitales

Las campañas digitales visuales que más viralidad han conseguido no son las que nacen de contenidos propios de la marca. Sino que son las que el público crea.

Otras son en base a estudios y otras por necesidad.





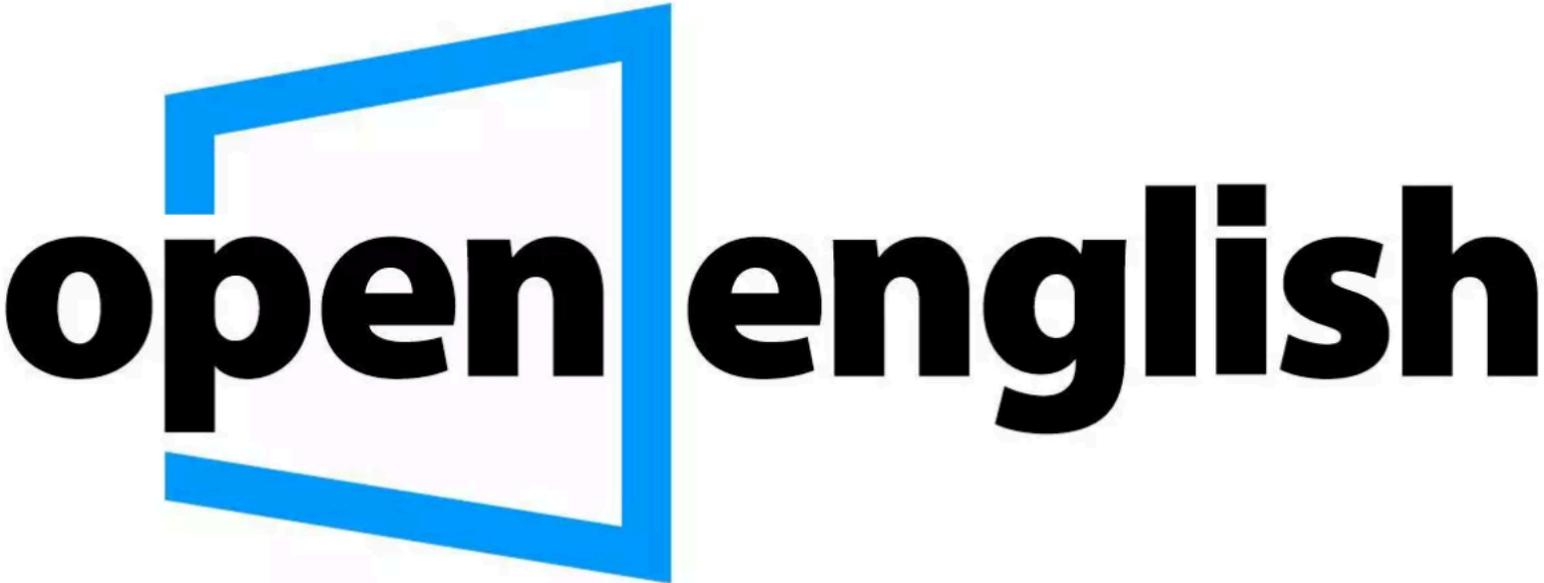
Fecha de lanzamiento: 2012

Agencia: McCann Erickson

Cliente: Metro Trains Melbourne

Reducieron el 30% de los accidentes

Australia



open english

La empresa emprendedora
Año 2012
Andrés Moreno - Venezuela





La marca de higiene femenina detectó que el 72% de las niñas sienten que la sociedad las limita.

Objetivo:
Ni vender ni captar clientes. **Querían que las niñas recuperaran su confianza y romper con todo tipo de barreras.**

Marca: Always
Año: 2014
Países: 70

A yellow vertical bar is on the left side of the slide. A black horizontal bar is at the bottom left. A yellow horizontal bar is at the bottom right.

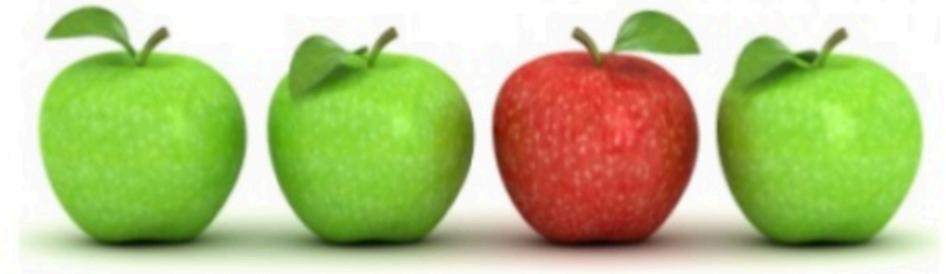
¿PREGUNTAS?

**PROPUESTA
UNICA DE VENTA
O VALOR**

Es lo que hace a tu negocio mejor que el de la competencia. Es un beneficio específico que hace tu negocio preferible a otros negocios en tu mercado.

- Podría ser considerada como "lo que tienes que los competidores no tienen".
- Una PDV exitosa promete un beneficio claramente articulado para los consumidores, les ofrece algo que los productos de la competencia ofrecen, y es lo suficientemente convincente como para atraer a nuevos clientes.
- La propuesta única de venta es lo que hace que un negocio / servicio / producto se destaque.
- Habría que diseñar diferentes USP para cada uno de los productos / servicios que se ofrezcan.

Propuesta de valor



Es el conjunto de beneficios que hacen que los clientes te elijan.



Va contigo.



Think different.



JUST DO IT.



¿Te gusta conducir?



NOKIA
Connecting People

¡A PARTIR DE HOY!

MINUTO 

30

 **Pizza Hut**

APLICA EN
DOMICILIO | RESTAURANTES | FOODCOURT | PARA LLEVAR

GOOOOL
2-1

The advertisement for Pizza Hut's "Minuto 30" promotion features a white background with various soccer-related icons like a soccer ball, a jersey, and a goal. The text is primarily in red and black, with the number "30" in a large, red, distressed font. The Pizza Hut logo is in its signature red and white colors.

**DIFERENCIAS
ENTRE PROPUESTA
DE VALOR Y
ESLOGAN**

ESLOGAN

Es el que de manera breve nos dice de qué trata nuestro producto o servicio, es la frase que representa a la compañía. Es el lema, es el título de nuestra mercancía, el que le describe al cliente en muy pocas y breves palabras de qué va lo que estamos ofreciendo. Éste de preferencia debe contener algunos toques de realidad para que las personas lo recuerden con gran facilidad.

La idea central de tu negocio te hará destacar con tu eslogan



PROPUESTA DE VALOR

Es la que difunde los beneficios o ventajas de nuestro servicio o producto contra nuestra competencia. La que nos promociona ofreciendo el valor más atractivo o exclusivo de nuestro producto.

El valor es el que nos hace diferente del resto de competidores.

2). UBER

Propuesta de Valor: Tu viaje, a sólo un clic.

Apoyo a la propuesta de valor: Transporte en minutos con la aplicación de Uber.

3). airbnb

Propuesta de Valor: Nuestra Casa es Tu Casa.

Apoyo a la propuesta de valor: Alquila espacios únicos y alójate con anfitriones de más de 190 países.

4). NETFLIX

Propuesta de Valor: Ve películas y series cuando y donde quieras.

Apoyo a la propuesta de valor: Planes desde \$89 al mes. (Funciona mas como una 2da propuesta de valor).

NUESTRA CASA ES TU CASA

Alquila espacios únicos y alójate con anfitriones de 190+ países.

Cómo funciona

¿A dónde quieres ir?

Llegada

Salida

1 huésped ▾

Buscar

A yellow vertical bar is on the left side of the slide. A black horizontal bar is at the bottom left. A yellow horizontal bar is at the bottom right.

¿PREGUNTAS?



MODELO DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA

Modelo de negocio CANVAS



Estructura de Costos

Novedad, innovación, Personalización, Diseño, Precios



Socios Clave

Quienes son nuestros socios claves, recursos claves que vamos a adquirir con ellos.



Clientes Objetivos / Relacion con cliente

Nichos, Segmentos, edades, gustos, cultura, que problemas y necesidades tiene, etc.

Puntos de contacto, correo electrónico, chat, asistencias personalizada, etc.



Propuestas de valor

Que valor le daremos a los clientes, que problema estamos solucionando, que necesidad estamos satisfaciendo.



Ingresos

Ventas, Pagos por uso, suscripciones, comisión por venta, precios fijos, o variables. Rentabilidad.



Actividades/Recursos Claves

Actividades: plataforma diseño, entregas, puntos de entrega.

Recursos: Flota de logística, alianzas de marcas, patentes, etc.

8



Socios claves

7



Actividades clave

1



Propuesta de valor

4



Relación con clientes

2



Segmento de clientes

6



Recursos clave

3



Canales

9

Estructura de costos



5

Fuente de ingresos



¿PREGUNTAS?

¡GRACIAS!