

# MARKETING PARA EL SECTOR TURÍSTICO

Profesor: Álvaro Rattinger

alvaro@merca20.com

twitter: @varu28

# OBJETIVO GENERAL

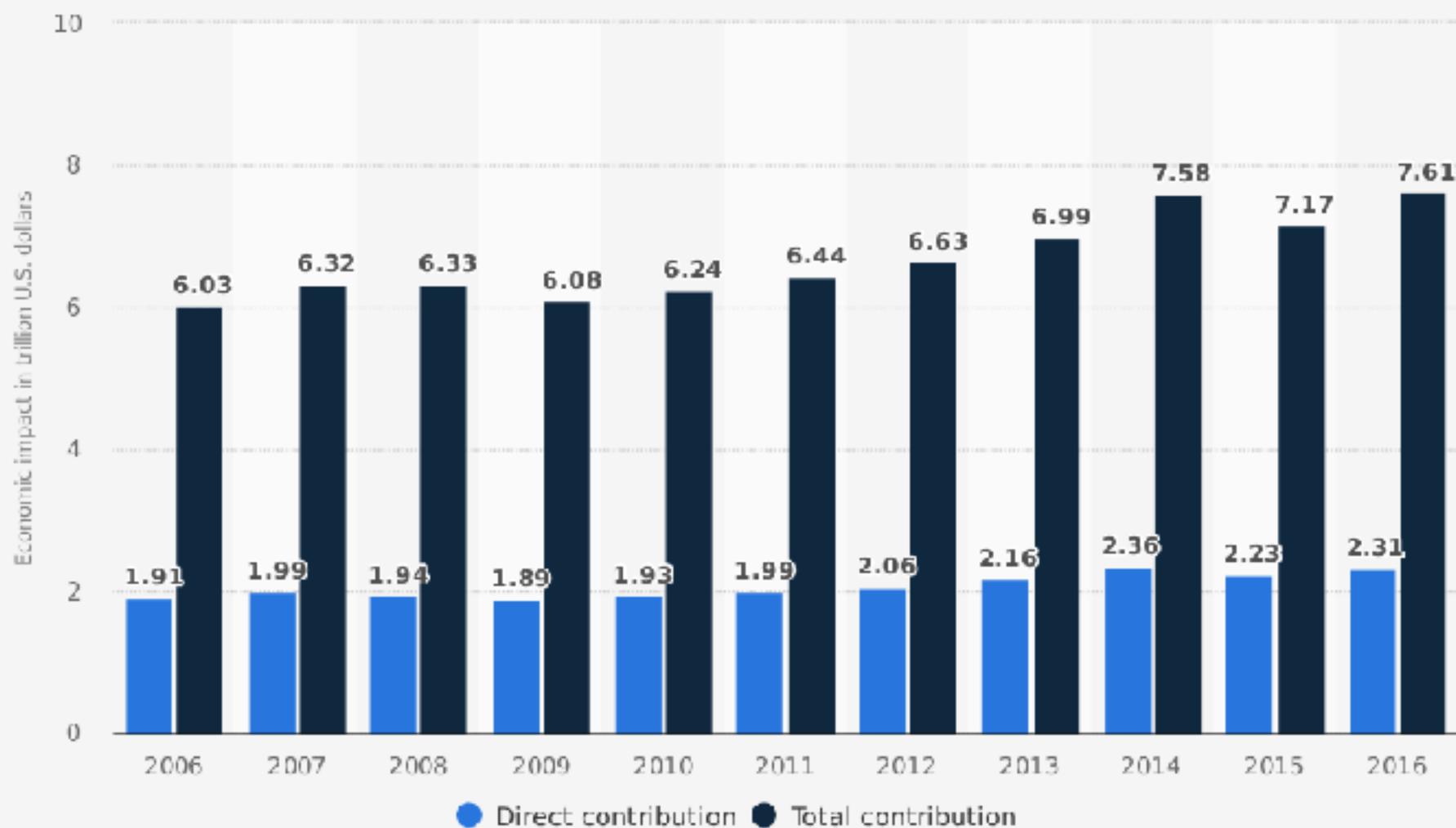
- Comprender las oportunidades del turismo, aplicando estrategias clave que alcancen al consumidor mexicano a través de la publicidad y promoción

# ¿Qué sabemos del futuro de nuestros clientes?

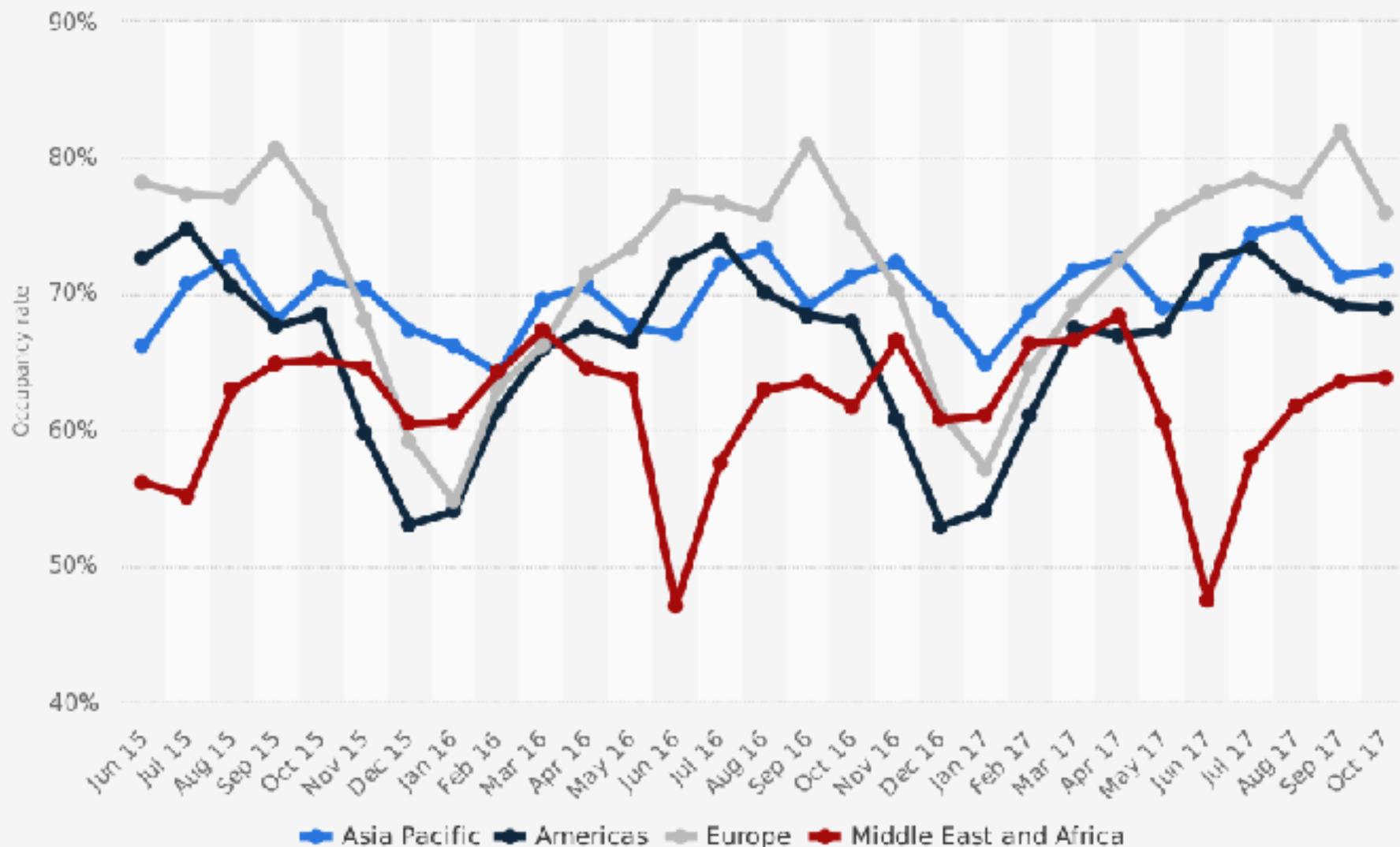
**"Three generations ago, many a tinkerer struck it rich by taking a tool and making an electric version. Take a manual pump; electrify it. Find a hand-wringer washer; electrify it. The entrepreneurs didn't need to generate the electricity; they bought it from the grid and used it to automate the previously manual. Now everything that we formerly electrified we will "cognify." There is almost nothing we can think of that cannot be made new, different, or more valuable by infusing it with some extra IQ. In fact, the business plans of the next 10,000 startups are easy to forecast: Take X and add AI. Find something that can be made better by adding online smartness to it."**

**Kevin Kelly The Inevitable**

## Direct and total contribution of travel and tourism to the global economy from 2006 to 2016 (in trillion U.S. dollars)



## Monthly hotel occupancy rates worldwide from 2015 to 2017, by region



Source  
STR Global  
© Statista 2017

Additional information:  
Worldwide; STR Global; June 2015 to October 2017

---

**Para 83.3 por ciento de los mexicanos, los tianguis forman parte importante de su tradición; el 26 por ciento de sus ingresos se concentran en supermercados.**

---

**Aunque sólo el 20 por ciento de los mexicanos hicieron dieta el año pasado, 45 por ciento afirma adoptó hábitos de alimentación más sanos.**

---

**El gasto promedio para mantener a una mascota en México es de mil 286 pesos mensuales**

**=**

**1.7 consultas con un médico particular  
o 2.5 meses de gasolina.**



# THE SWEDISH NUMBER



# 1

---

## **Excepcionalismo vs. globalización**

**Radiografía del consumidor  
mexicano**

---

**Dentro de la canasta básica, el  
43 por ciento de los productos  
son de origen extranjero.**

---

**El 46 por ciento de los productos  
que compran los mexicanos son  
de marcas locales.**

---

## **Excepcionalismo vs. Globalización**

- Puntos de venta locales ganarán relevancia frente al consumidor.
- Revalorización de la identidad nacional a través de la adopción de tendencias globales.
- El consumidor quiere ser reconocido como individuo.



**FAMILY UNFRIENDLY**

Higher Abortion Rate

Lower Marriage Rate

Increased Single-Parent Households

More Children in Poverty

Lower Fertility Rate

Increased Spousal Abuse

Higher Divorce Rate

Socioeconomic Costs of A Weakened Manufacturing Base

Increased Drug/Opioid Use

Increased Homelessness

Rising Mortality Rate

Higher Incarceration Rate

Higher Crime



A blurred background image showing several people, likely at a press conference or event, holding microphones. The focus is on the text overlay in the center.

*Trident*<sup>®</sup>

**#MIXENBOCA**  
**#DETODOS**



# **Pasos a seguir**

- **Inversión en la creación de puntos de venta tradicionales.**  
*Every store is a flagship*
- **Comunicación con base en valores y no sólo tropicalización.**
- **Autonomía, independencia y orgullo nacional: conceptos clave.**

# 2

---

## Después del S-19

**Radiografía del consumidor mexicano**

**GNP Seguro de Hogar - Asegura tu hogar con Casa Más - gnp.com.mx**  
[www.gnp.com.mx/](http://www.gnp.com.mx/)  
 Protección por robo, daños y más.  
 Tipos: Hogar/Veedú, Casa Más, Pólizas  
 Opciones: Propietario, Arrendatario  
 Av. Carre de las Tamas No. 265, Col. Campestre Churubusco - 01 800 460 0000

**Seguro de CASA contra Sismos - Cubre Temblores e Inundaciones**  
[www.afaseguros.mx/Seguro/Hogar](http://www.afaseguros.mx/Seguro/Hogar)  
 Cotiza y gana 20% de Descuento. Protege tu Patrimonio contra Temblores  
 Coberturas en Inundaciones - Cobertura en desastres - Cobertura en Temblores - Cotiza en 2 minutos  
 Coberturas de seguro: Protege tus Inmuebles contra incendios, Protege contra incendios  
 Blog Kita Seguros - Preg. Frecuentes Hogar

**Según la Conduce<sup>1</sup>, puedes proteger tu casa ante estos eventos:**

- Terremotos y/o erupción. Este seguro cubre daños a la estructura física del inmueble.
- Daños inesperados, ...
- Robo y/o asalto. ...
- Rotura de cristales. ...
- Joyería. ...
- Equipo electrónico. ...
- Fenómenos hidrometeorológicos. ...
- Responsabilidad civil.

Más elementos...



---

**Sólo 12.8 por ciento de  
los millennials en México  
tiene una póliza de vida.**

Fuente: AMIS

---

**El 94 por ciento de los  
millennials planea adquirir una  
vivienda en los próximos 5 años.**

Fuente: HSBC

# Seguridad como clave

- Prevención y seguridad serán parte importante del discurso.
- **Prestaciones que permitan formar un patrimonio, la exigencia para las empresas. Los empleados miran a sus empleadores para resolver el patrimonio ¿1950?**
- La noción de pertenencia ahora premia ante los modelos económicos colaborativos.



LAUDRIVE  
WOMAN FORWARD



# **Pasos a seguir**

- **Inversión en contra-mercados con el fin de acceder a nichos que parecían cerrados.**
- **Inversión en creación de subsegmentos generacionales a través de Big data.**
- **Establecer sistemas de cumplimiento de promesas de valor. Sin garantías no hay trato.**

# 3

---

## **Fake Everything**

**Radiografía del consumidor mexicano**



# 'Our task was to set Americans against their own government': New details emerge about Russia's trolling operation

Sonam Sheth

12h 48,871



FACEBOOK



LINKEDIN



TWITTER



EMAIL



PRINT



---

**El 55 por ciento de los  
mexicanos confían en las  
noticias que consumen.**

Fuente:Reuters

---

**El 63 por ciento de los  
usuarios de redes sociales  
en México comparte noticias.**

Fuente:Reuters

---

## **Contenido vs. credibilidad**

- La tecnología no contribuye a un bien mayor.
- Perdida de sentido común y capacidad de observación.
- **El consumidor quiere atraer la atención de un mayor número de personas a sus testimonios o creencias.**



ENCUENTRALOS EN [ELCIUDADANO.COM](http://ELCIUDADANO.COM)



# **Pasos a seguir**

- Las campañas de marketing de confianza tendrán resultados desmedidos versus la inversión.
- De empresas a centrales de medios, **menos atención en *shitposting*.**
- Marcas como validadoras de información y realidades.

# 4

---

## Familias y paradigmas generacionales

**Radiografía del consumidor mexicano**

---

**En los últimos 5 años, las  
aportaciones voluntarias para el  
retiro han registrado un  
crecimiento del 40 por ciento.**

Fuente: Departamento de Investigación de Merca2.

---

**El 2 por ciento de los consumidores asegura que la confianza que siente por sus marcas se ha incrementado.**

Fuente: Departamento de Investigación de Merca2.

---

**El mercado de turismo de la  
tercera edad crecerá 90 por  
ciento en los siguientes 18 años.**

Fuente: Departamento de Investigación de Merca2.

---

**En México el valor de mercado  
de mascotas crecerá 10 veces  
en los próximos 5 años.**

Fuente: Departamento de Investigación de Merca2.

---

# Familias y Paradigmas Generacionales

- **Clase media en México actúa como si existiera una mejora económica.**
- Mejor comprensión del significado del retiro, ej.: modalidad 40.
- Valores familiares alineados fuera de las conveniencias y estructuras tradicionales.
- Nuevos integrantes en la familia: mascotas, preferencias, nacionalidades.



**Chat Yourself**

by Italia Longeva



# **Pasos a seguir**

- **Sustitución y adición de integrantes protagónicos en la estructura familiar: claves en marketing.**
- **Trabajo en las tensiones sociales: serán más evidentes. Posiciones opuestas será la norma. Mercado versus contra-mercado.**
- **Creación de campañas de contenido con mayor especialización, tanto en pauta como mensaje.**

# 5

---

## **Pacientes 2.0**

**Radiografía del consumidor mexicano**

---

**Para una persona es 21 veces más barato adoptar hábitos y estilos de vida saludables que tratar una diabetes complicada.**

Fuente: OMS

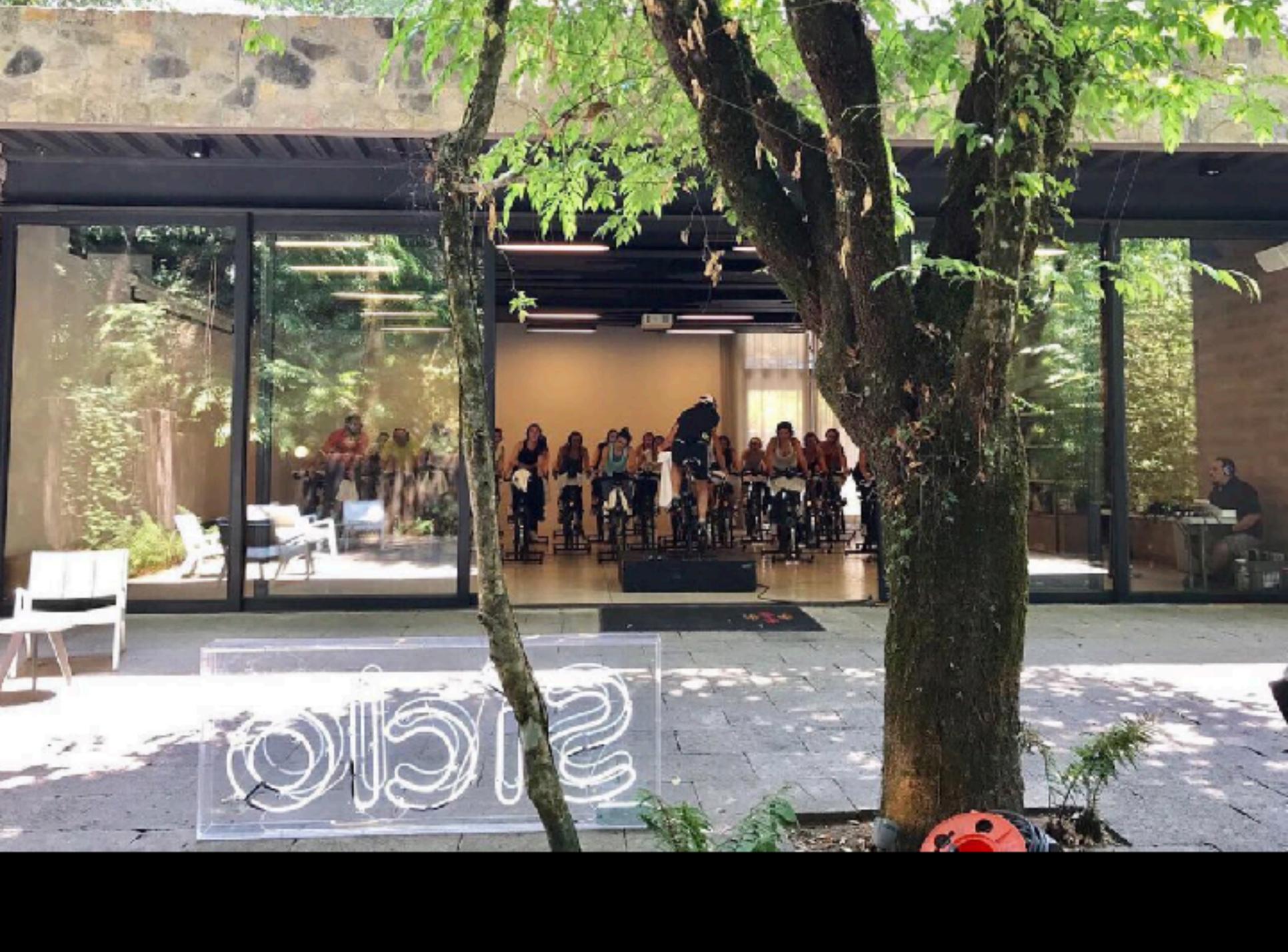
---

**En 2014, el 17.7 por ciento de los hogares mexicanos tenía una bicicleta, durante 2019, la cifra llegará a 19.40 por ciento.**

Fuente: Euromonitor

# Salud Práctica

- Optimizar la salud y bienestar, sin salir de la rutina.
- La tecnología gran aliada de la salud. La búsqueda de bienestar no sólo es reconocida a nivel personal.
- Crecimiento en la inversión de *Health tracking*. (Apple watch, fitbit).
- *Fitness* especializado (siclo).



oisa

Nestlé®  
**Nesquik**®

Nourish possibility at [nesquikstudios.com](https://nesquikstudios.com)



## **Pasos a seguir**

- **Crear opciones de transporte alternativas.**
- **Promover estilos de vida saludables: norma para las estructuras laborales.**
- **Educación para el paciente/consumidor en temas de salud.**

**busca y encuentra**  
***versus***  
**relajarse y reflexionar**

# Muerte de las adyacencias

# Dietas digitales

# Sociedad atomizada

***Fact-rich but  
question-poor society.***

**Conocer mucho de muy poco**

# ¿Qué es *branding*?

**Branding. Actividad de comunicación orientada a crear y reforzar los valores positivos de una marca, así como a su recordación. Se puede traducir como “apoyo a la marca”.**

**En pocas palabras...**



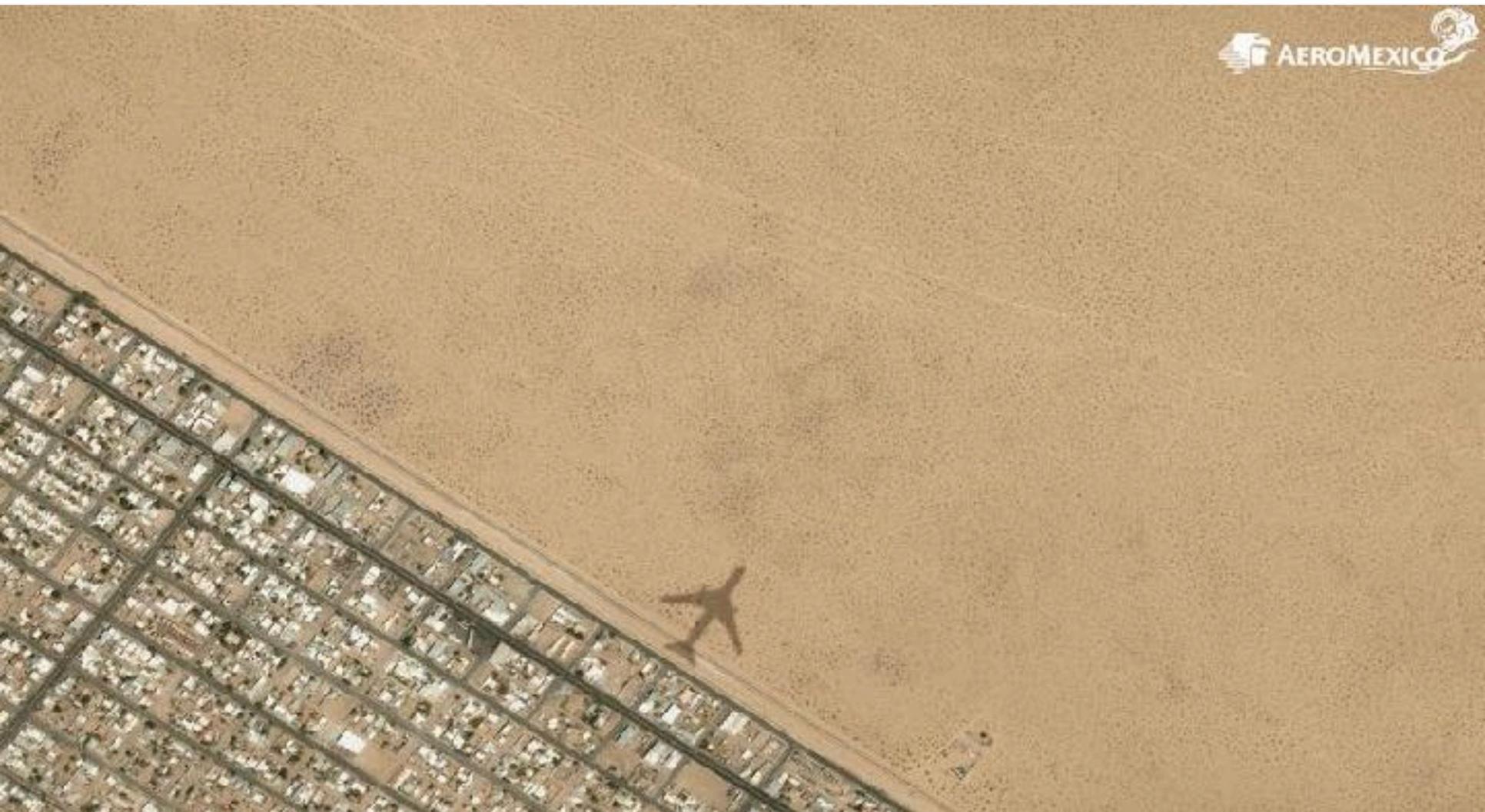
Branding

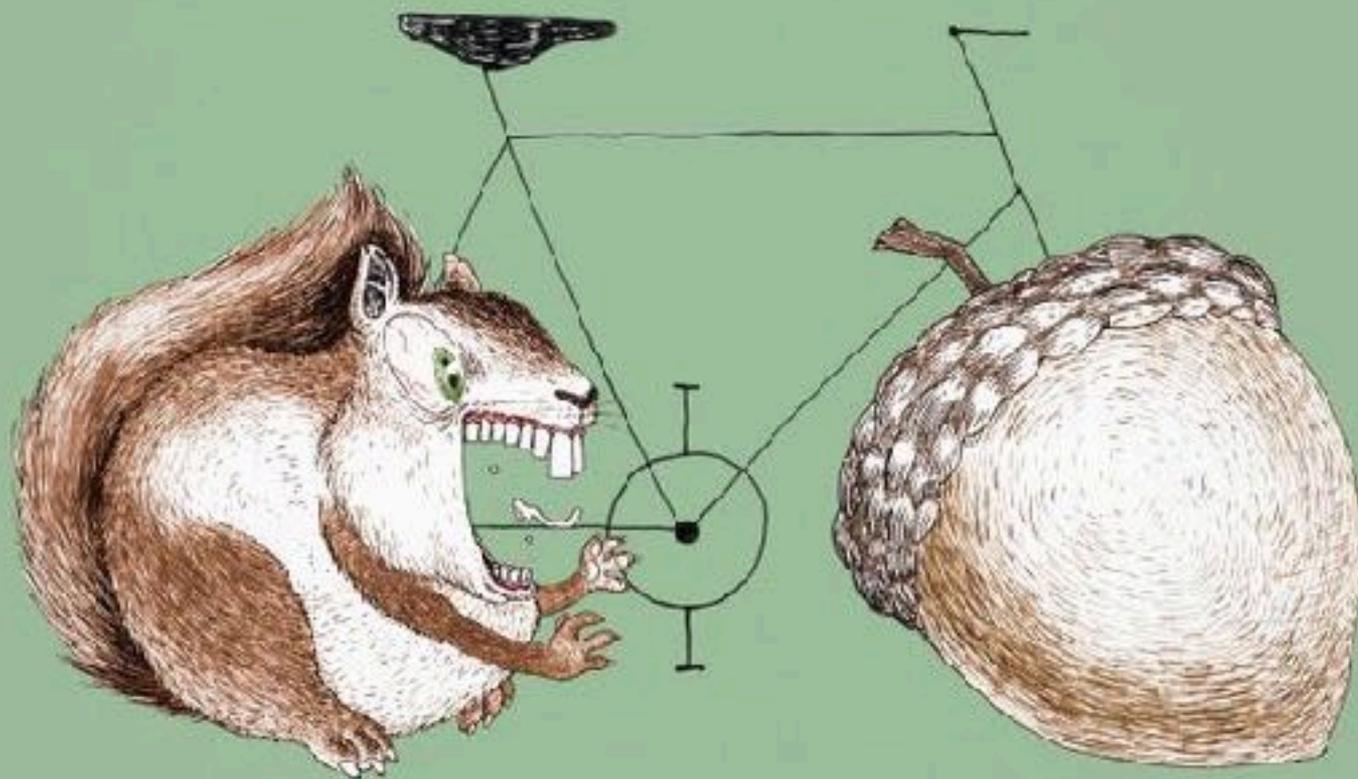
**En pocas palabras...**

Siente

Branding

Piensa



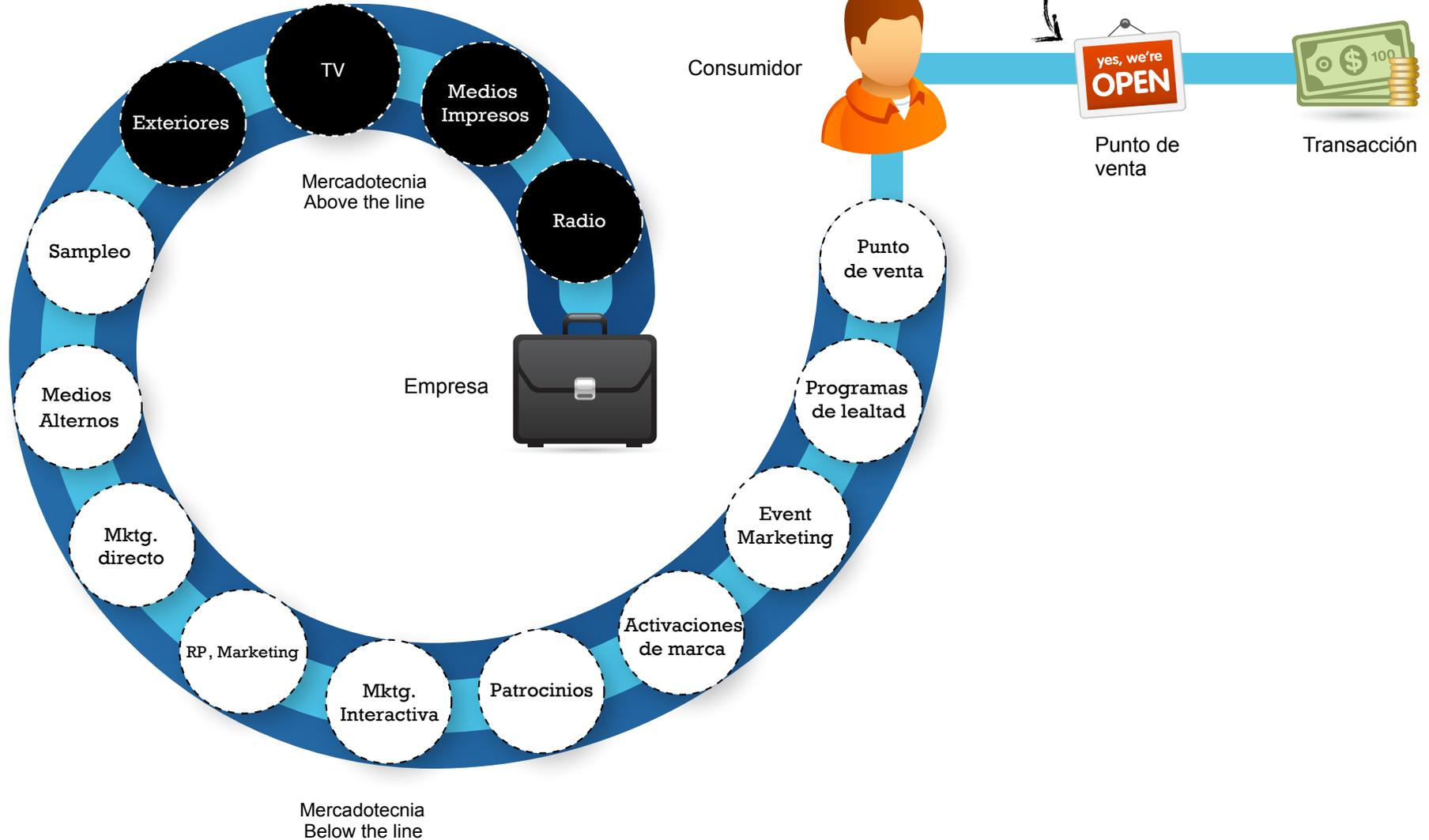


*Never Stop Riding*

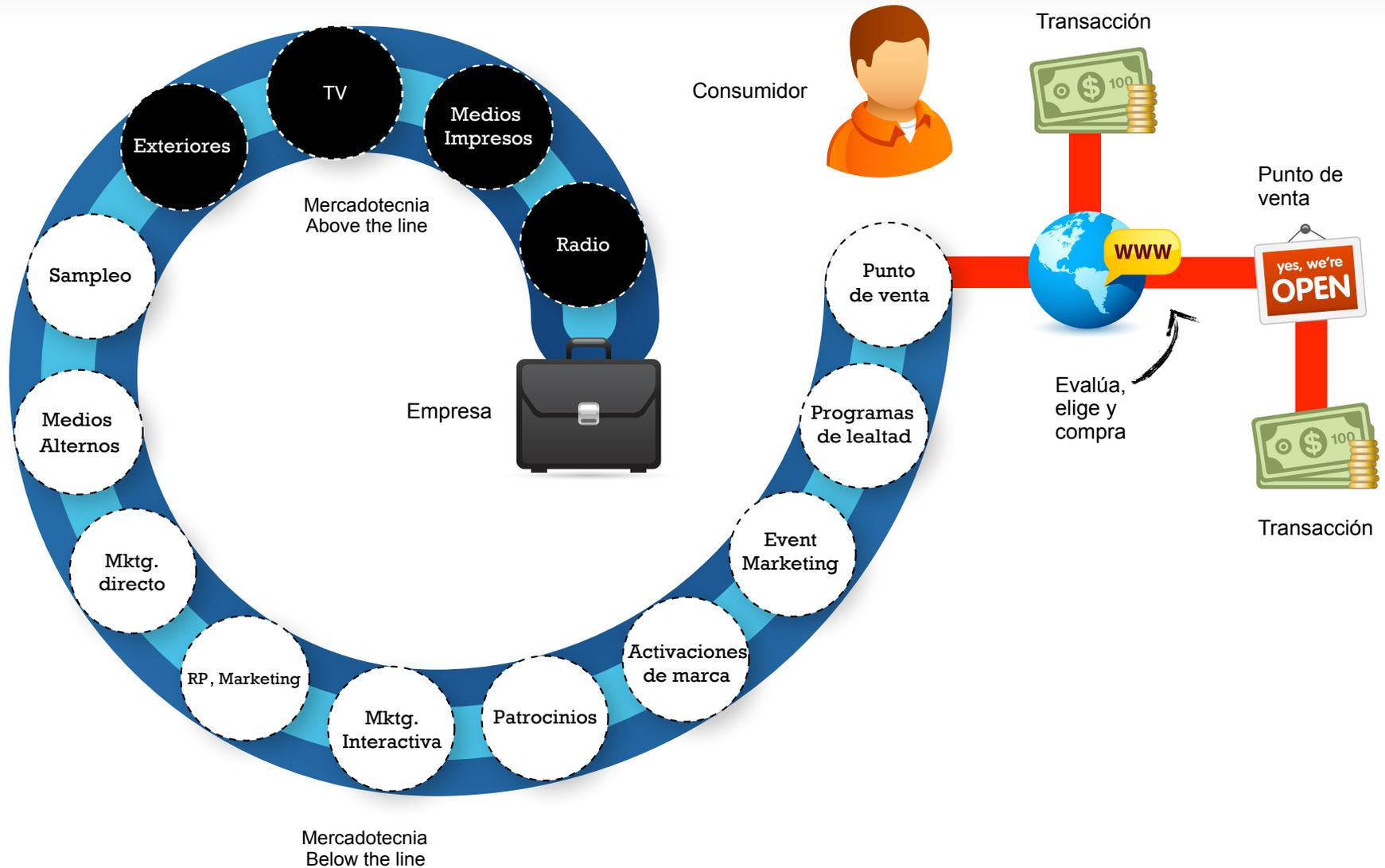
THE BUENOS AIRES PUBLIC BIKE SYSTEM NOW RUNS 24/7

# La comunicación en medios digitales

# Espiral de esfuerzos de mercadotecnia



# Espiral de esfuerzos de mercadotecnia



# El mundo digital

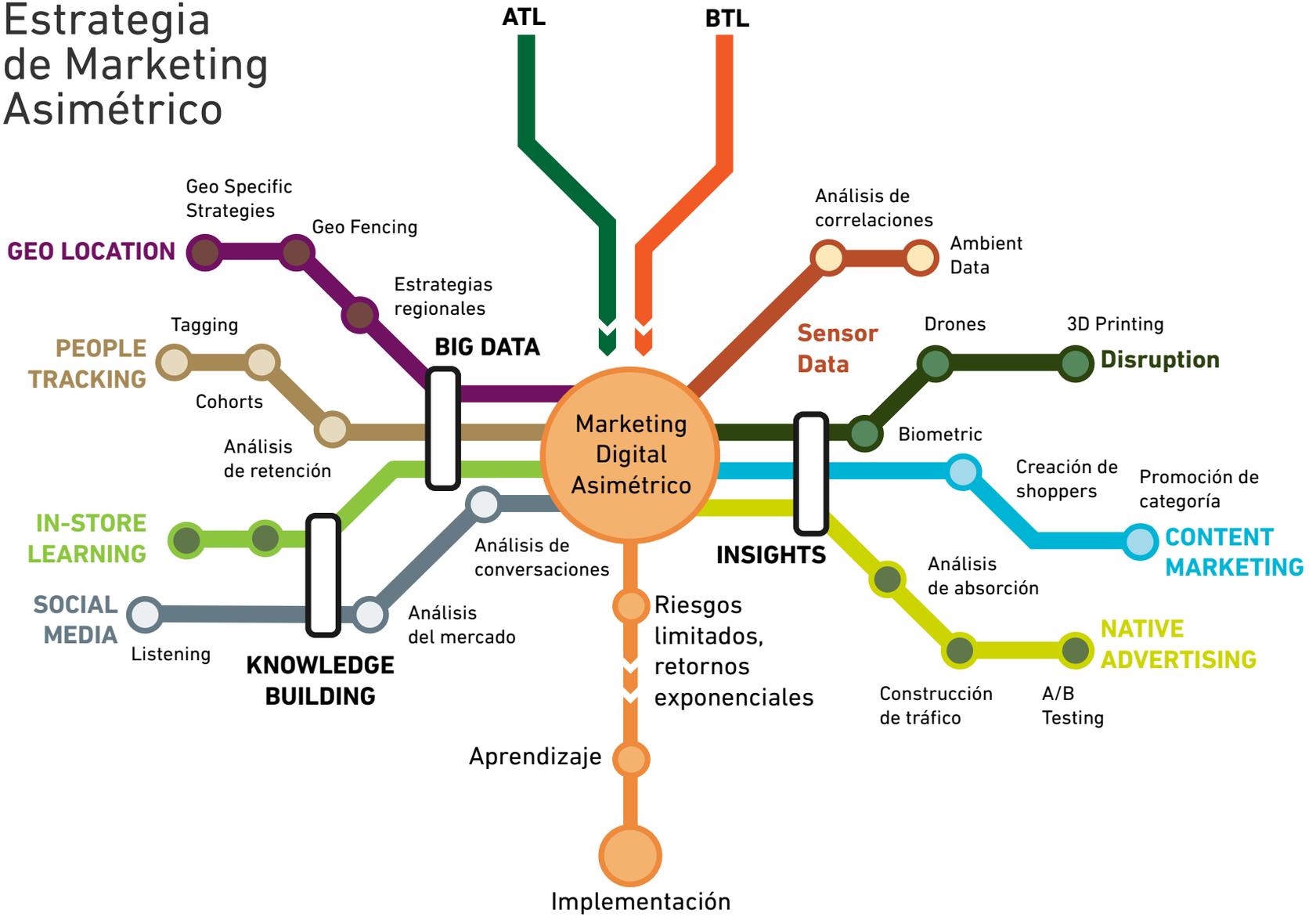
**2010**

# Esfuerzos de branding digital



**2017**

# Estrategia de Marketing Asimétrico



**¿Cómo haces branding?**



**freddo**  
ICE CREAM





*LOS*





# Panorama de oportunidades

1

Establecer  
el objetivo  
de la presencia  
de la marca  
en el mercado

### Preguntas

- ¿Qué resuelve el sitio para la organización?
- ¿Qué deseamos cambiar a partir del sitio?
- ¿Qué miedos disminuye en el consumidor?

### Ejemplos

- Vende un producto
- Comunica un beneficio
- Entrega contenido
- Acerca al consumidor con la marca

# ¿Cómo hacemos marketing?

# Proceso de compra

- Internet es un medio que se presta para crear estrategias de *branding* dirigidas a metas muy específicas.
- Si es necesario crear *awareness* y promover le mensaje de la marca es importante enfocarse en la parte superior del embudo.
- Si hay oportunidad de crear preferencia por la marca o intención de compra se elegirá una estrategia para promover la parte inferior dl embudo.

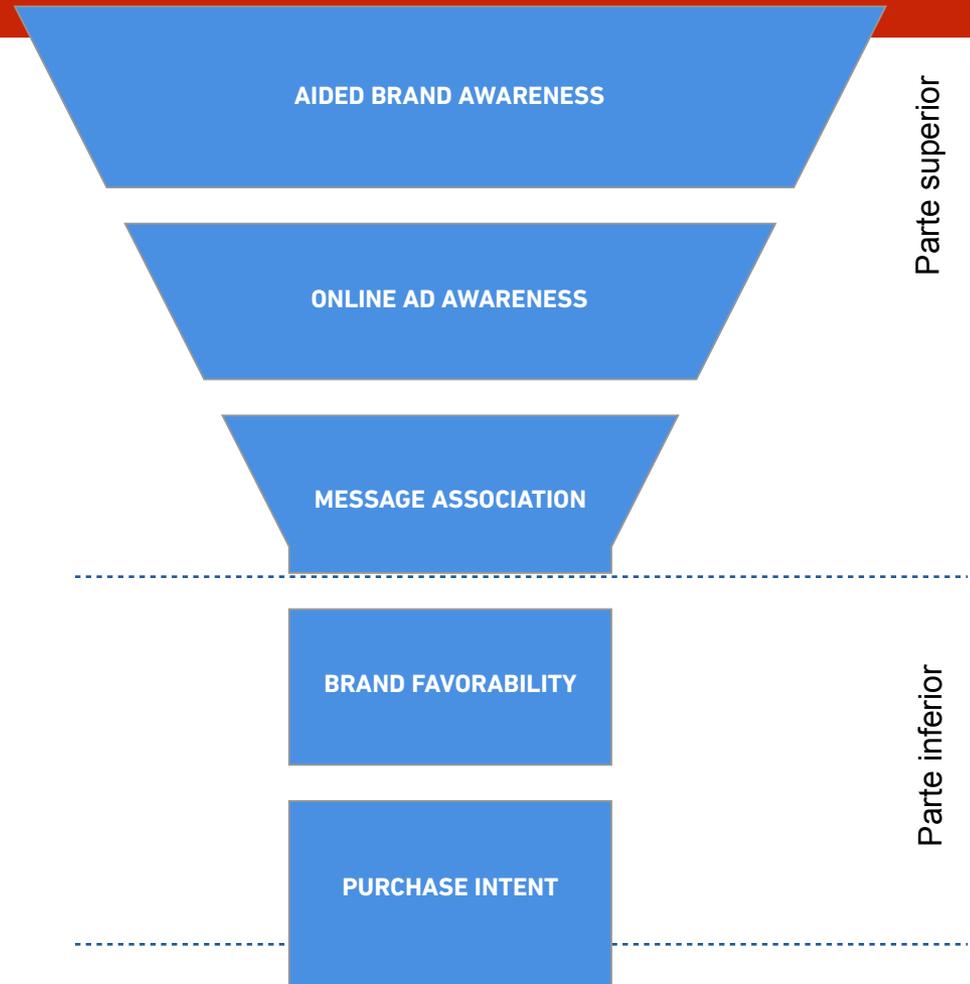


Figura 5. Proceso de compra

Menor edad  
del sitio / marca

Objetivo  
estratégico

Mayor edad  
del sitio / marca

**AIDED BRAND AWARENESS**

**ONLINE AD AWARENESS**

**MESSAGE ASSOCIATION**

**BRAND FAVORABILITY**

**PURCHASE INTENT**

Figura 5. Proceso de compra

# Mejores prácticas creativas

- Planear con anticipación
- Dar prioridad a los objetivos de la campaña, y elegir la mejor combinación de formatos para alcanzar esas metas
- Incluye la marca de forma destacada en todos los cuadros del anuncio
- Mostrar mensajes clave en todos los cuadros del anuncio
- Las primeras impresiones cuentan
- Incluye estrategias de publicidad multi formato por pantalla
- Mensajes tan simples como sea posible
- Integrar los conceptos creativos online con los offline

2

## Tener un sitio correctamente programado

### Preguntas

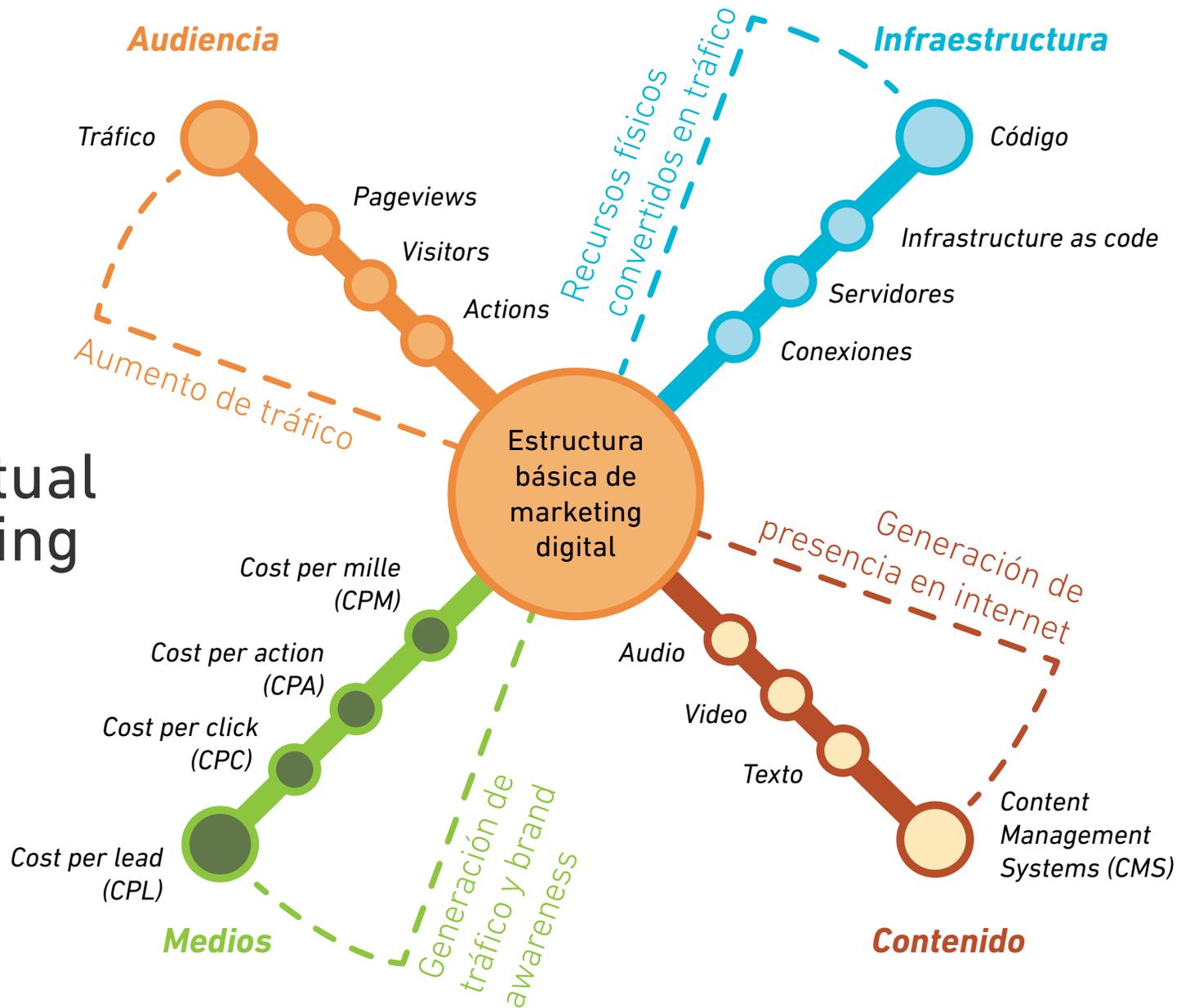
- ¿Qué nivel de visibilidad tengo en buscadores?
- ¿Me encuentran por mi marca?
- ¿Me encuentran por los valores de mi empresa?
- Mi marca está disponible de manera rápida y eficiente

### Ejercicio

- Buscar el lugar que ocupa mi marca en google
- Buscar el lugar que mis palabras clave tienen en google
- Revisar que nuestro sitio contenga estructura de palabras clave
- Revisa la velocidad de tu sitio web

# Presencia web

# Modelo conceptual marketing digital



# Conceptos básicos de todos los días

- **CONVERSION RATE, tasa de conversión.** Conversion rate es la relación entre el número de visitas que recibe nuestra Web y el número de operaciones comerciales o peticiones que realizan.
- **B2B.** Business to Business. Productos de una empresa para otra empresa.
- **B2C.** Business to Consumer. Productos de una empresa para el consumidor.
- **B2E.** Business to Employee. Relación comercial que se da entre una empresa y un empleado.
- **B2G.** Business to government

# Audiencia

- **Tráfico.** Número de personas que somos capaces de atraer al sitio. En un sitio web el tráfico se refiere a la cantidad de datos enviados y recibidos por los usuarios del sitio web.
- **Pageviews.** Métrica que indica el número de impresiones o de downloads de un documento de web.
- **Visit.** Una visita es un individuo que llega al sitio web. Una visita cuenta todos los visitantes, no importa cuántas veces el mismo visitante puede haber visitado el sitio
- **Unique Visit.** Una IP o Cookie única, normalmente menor a visitas ya que sólo cuenta la primera vez que entra al sitio.
- **Actions.** Una acción específica dentro del sitio determinada de manera

# Infraestructura

- **A/B TESTING.** El ab testing es un método de prueba de campañas publicitarias en el que se compara el funcionamiento de distintos anuncios o páginas web a la hora de conseguir conversiones por parte de los usuarios. Por ejemplo se pueden hacer dos versiones distintas de un mismo anuncio y luego comparar el porcentaje de clics que han tenido para ver cual es el que mejor funciona.
- **CDN. Content Delivery Network.** Es una red superpuesta de computadoras que contienen copias de datos, colocados en varios puntos de una red con el fin de maximizar el ancho de banda para el acceso a los datos de clientes por la red.
- **Load Balancer.** Balanceador de cargas, es el servidor encargado de

# Contenido

- **CMS (Content Management System).** También conocido como gestor de contenidos - Sistema de administración de contenido.
- **CLOAKING.** Técnica por la cual se encuentran dos versiones de una misma página, mostrando según sea un robot de un buscador o un usuario normal una página u otra.
- **ANCHOR TEXT.** El anchor text es texto visible y clickable que aparece dentro de un hipervínculo y que es tomado muy en cuenta por los robots de los buscadores para posicionar las páginas. La página a la que apunte un enlace ganará puntos para los buscadores a la hora de posicionarse por el anchor text que le apunta.
- **CROSS LINKING.** Cruce de links entre páginas Web para aumentar su

# Medios

- **CLICK** . En Google Analytics un click se refiere al proceso de ir de una página a otra pulsando con el ratón en un enlace.
- **CLICK THROUGH**. Acción del usuario de Internet en la cual presiona el botón izquierdo del mouse o ratón para seguir un enlace.
- **CLICK THROUGH RATE (CTR)**. A Click Through Rate, se le llama en marketing online al porcentaje de usuario que hacen click en un enlace o anuncio en un buscador, para medir su efectividad. Es un dato fundamental para medir las campañas de pago por click.
- **CPC**. Son las siglas de Coste Por Click. En el modelo de publicidad de pago por click el anunciante paga por cada vez que un usuario hace click en uno de sus anuncios o banner.

# Facilidad móvil

3

Promover  
mi producto  
al público  
objetivo

### Preguntas

- ¿Tenemos una campaña en redes sociales?
- ¿Tenemos campaña en sitios de contenido?
- ¿Tenemos campaña en adwords?
- ¿Hemos invertido en publicidad y promoción en los últimos 6 meses?

### Ejercicio

- Abre perfiles en SM
- Lanza una campaña de banners en medios de comunicación en línea
- Inicia una campaña de las palabras clave de tu marca (no orgánicas) en google, Bing.
- Invierte en una campaña de promoción y relaciones públicas.

# Campana en sitios web

# Campana en Social Media

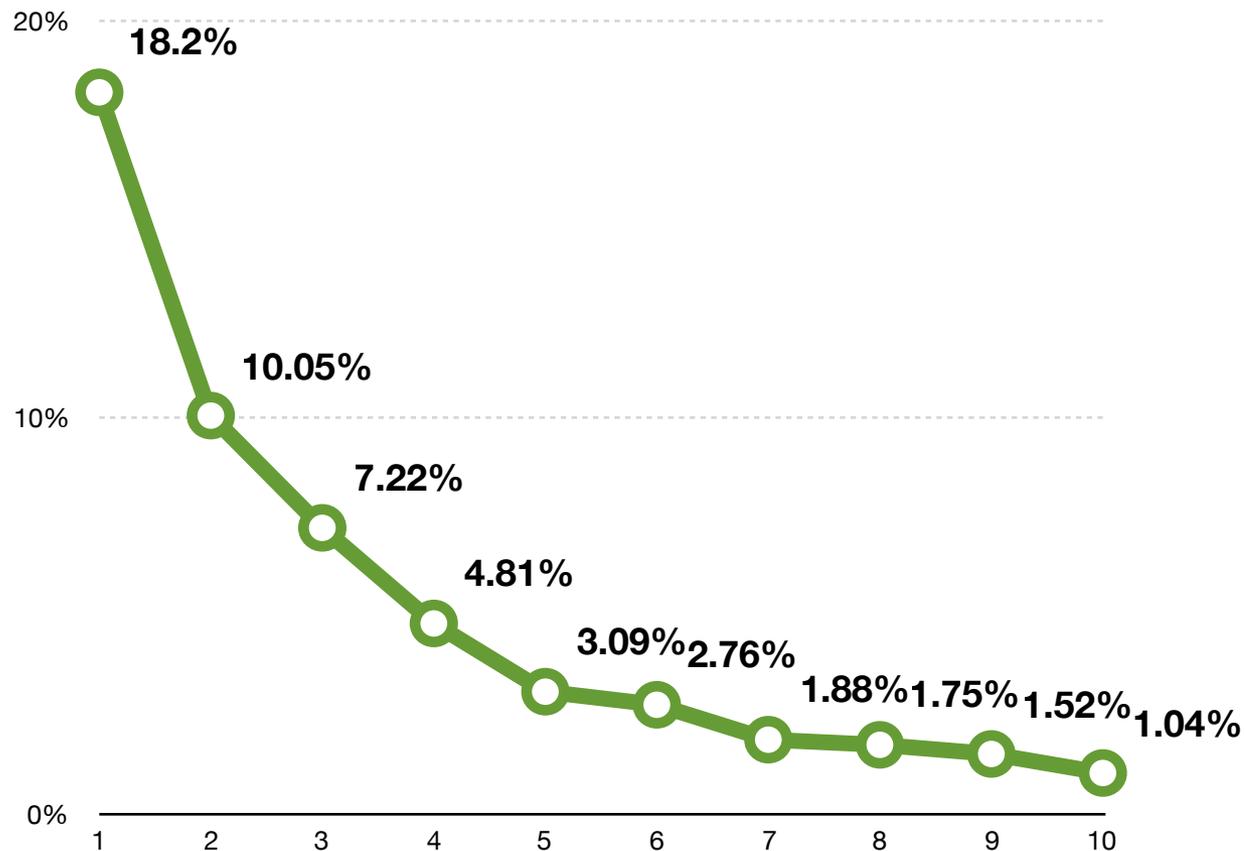
# Campana en Google Display Network

# SEO - Search Engine Optimization

# CTR por posición en Google

## Conclusión:

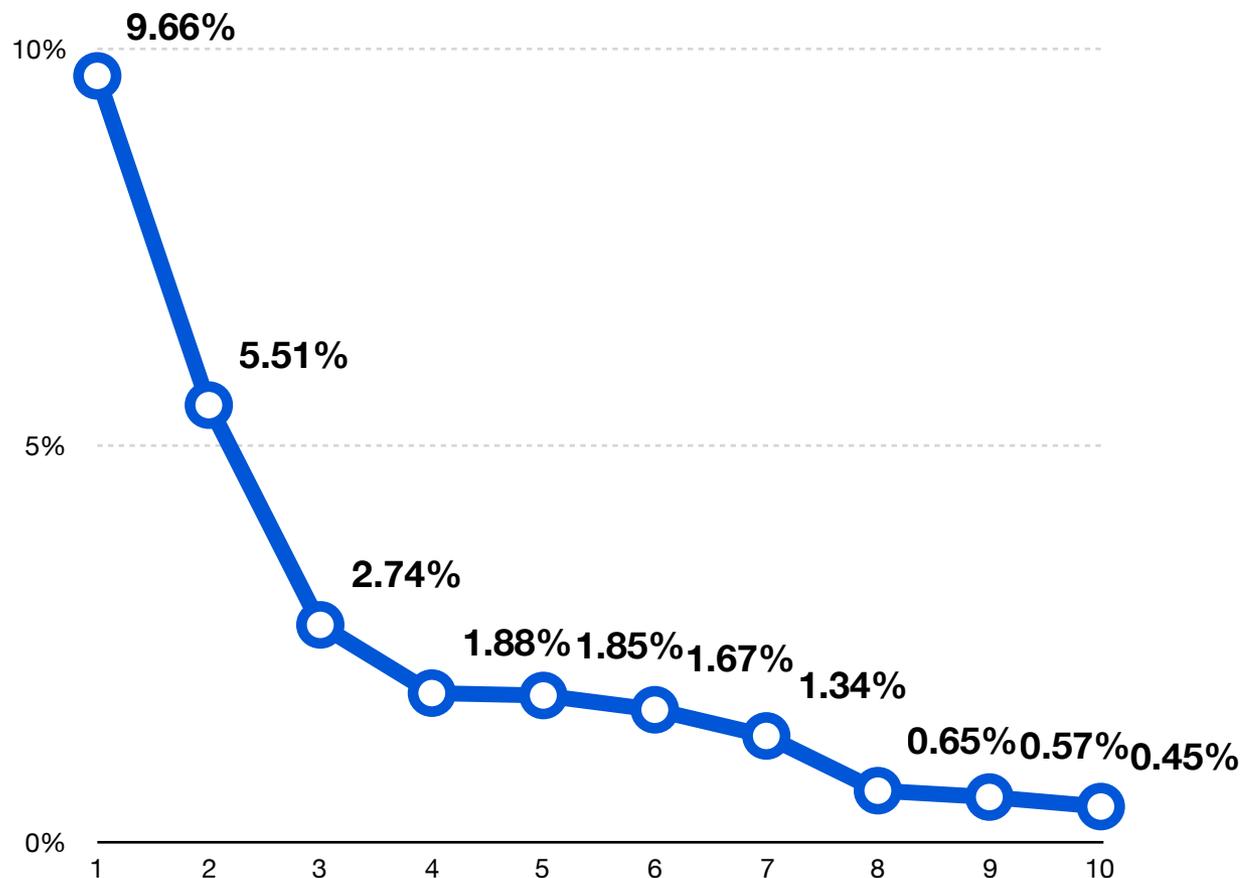
La posición en Google incide de manera directa en el volumen de visitas. Sin embargo, es indispensable medir el tráfico de cada palabra con google webmaster tools



# CTR por posición en Bing

## Conclusión:

La posición en Bing incide de manera directa en el volumen de visitas. Sin embargo, es indispensable medir el tráfico de cada palabra con bing webmaster tools. Bing proporciona actualizaciones diarias del volumen de cada palabra.

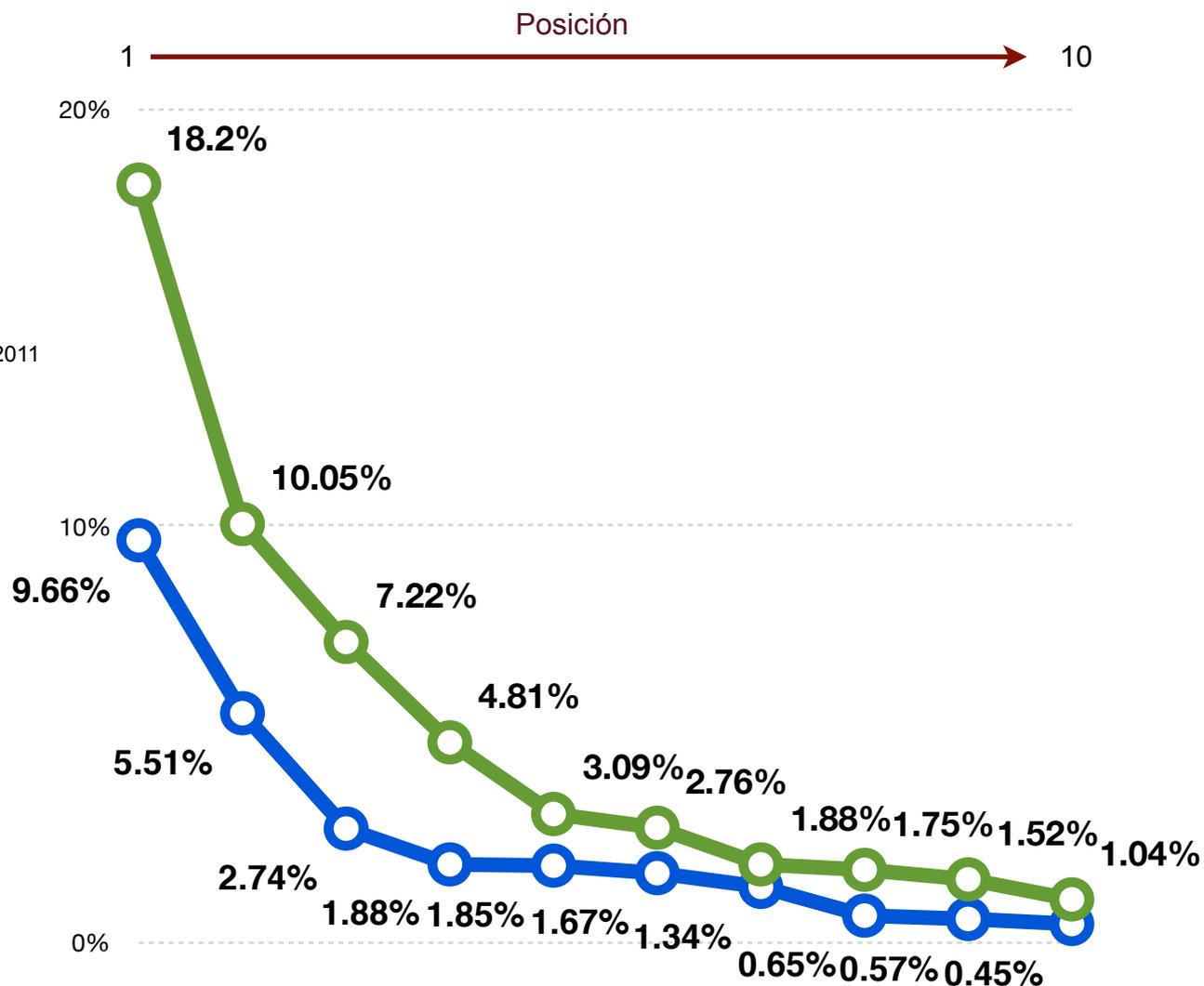


# CTR Google vs. Bing

## Google vs. Bing

Cada mes se hacen aproximadamente 117 millones de búsquedas de la palabra google en el buscador bing.

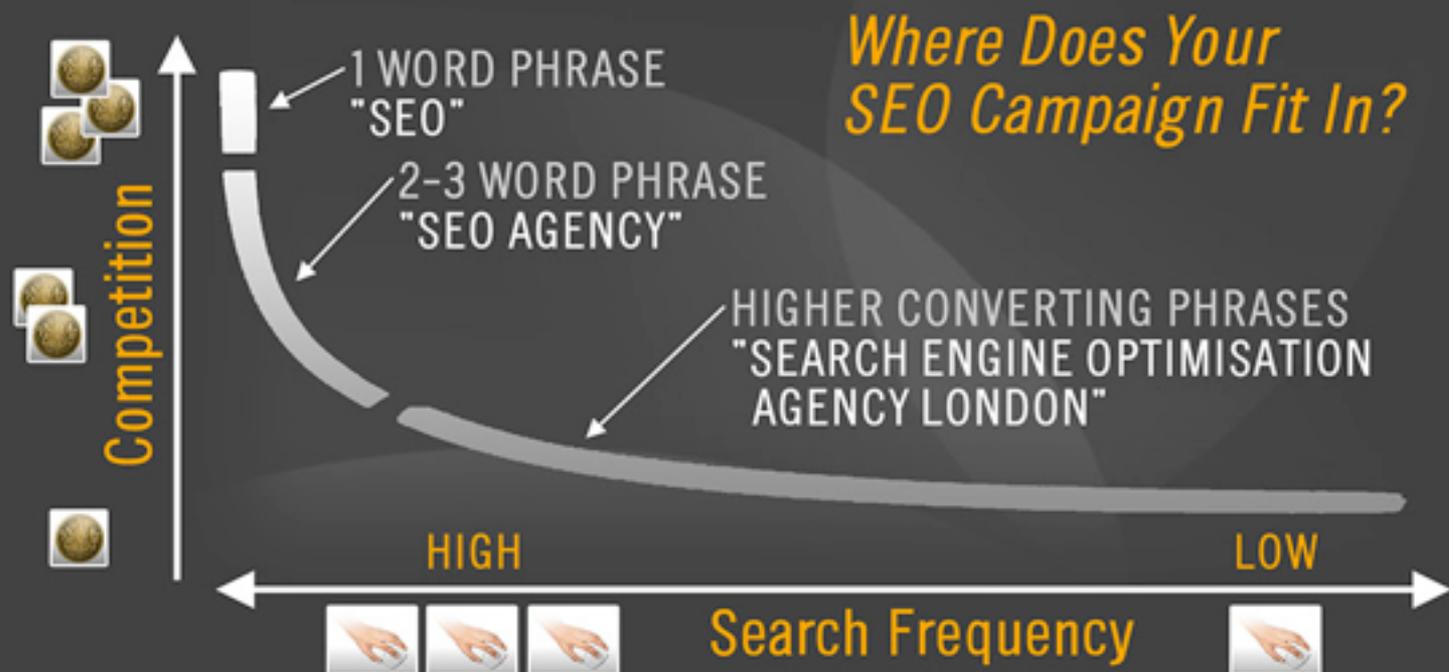
Fuente: SlingShot SEO diciembre 2011



# SEO FAQs - A Guide

## Keyword Research

LongTail SEO For B2Bs

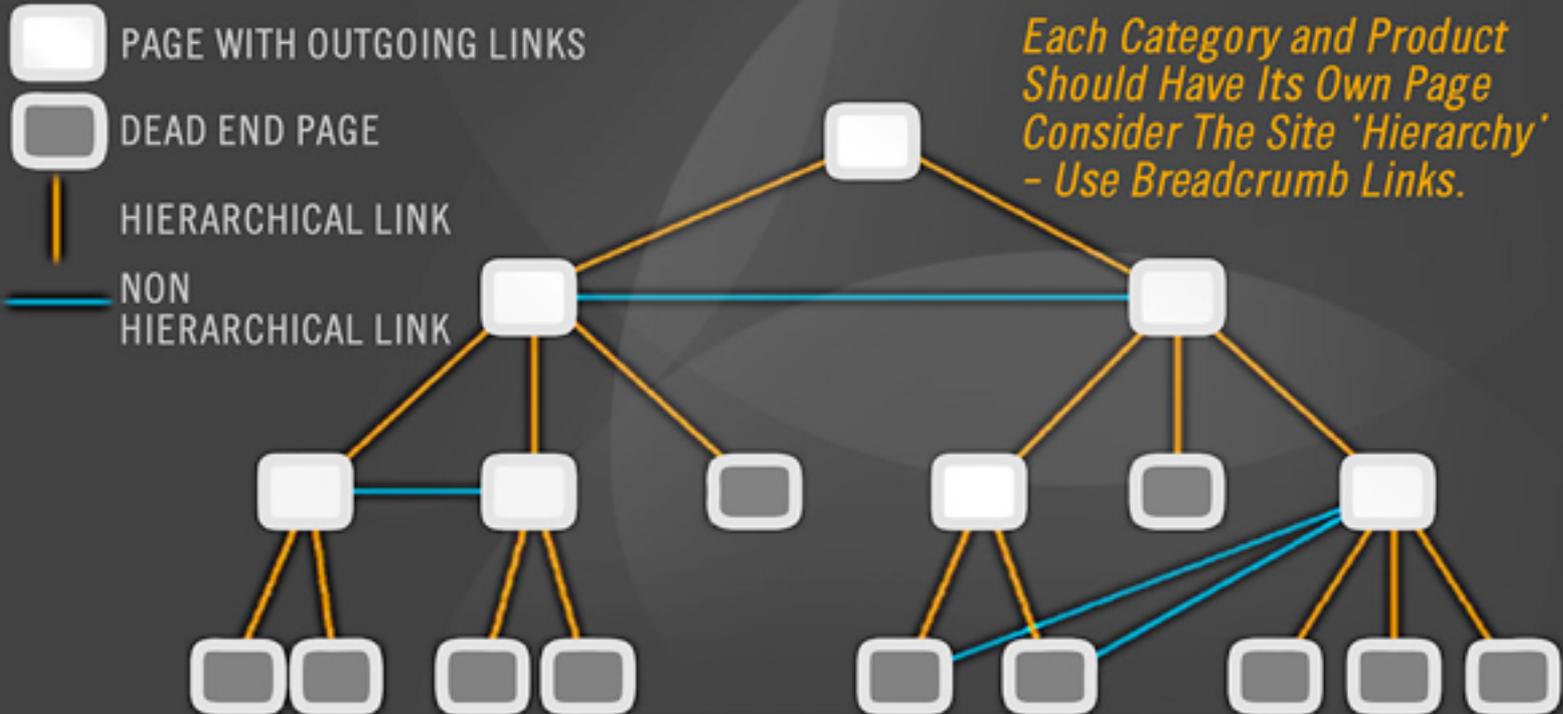


## Site Architecture & Structure

Google does not rank websites, they rank pages...

# Site Architecture & Structure

Google does not rank websites, they rank pages...



## Page Optimisation

Keyword Use In...

URLs

Page Title

Image Filenames

Meta Descriptions  
(Devalued)

```
1 <!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN">
2 <HTML>
3 <head>
4 <TITLE>FreeSat - Digital Satellite TV Without Subscriptions</TITLE>
5 <meta name="description" content="Information on FreeSat, the UK free-to-air satellite receiver for pay users.">
6 <meta name="keywords" content="freesat, free sat, satellite tv, review, reviewed, uk, bbc, itv, channels, hd, high definition, receiver, box, boxes, ground, dish">
7 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
8 <meta name="robots" content="index, follow">
```

Annotations:

- URLs: <http://www.wikipedia.org/wiki/FreeSat>
- Page Title: [FreeSat, the free encyclopedia](#)
- Image Filenames:
- Meta Descriptions (Devalued): [FreeSat - Digital Satellite TV Without Subscriptions](#)

# Page Optimisation

Keyword Use In...

Meta Descriptions  
(Devalued)

URLs

Page Title

Image Filenames

Body Text

Page Headings H1 - H2

Image Alt Attributes

Bold and Italic Text

The image shows a screenshot of the Wikipedia homepage with several elements highlighted by orange boxes and arrows pointing to labels on the left. The labels are: URLs, Page Title, Image Filenames, Body Text, Page Headings H1 - H2, Image Alt Attributes, and Bold and Italic Text. The screenshot includes the URL bar, the page title 'Wikipedia, the free encyclopedia', the 'Welcome to Wikipedia' heading, and the 'Today's featured article' section. A code snippet is overlaid on the top right, showing HTML meta tags for title, description, keywords, and robots. The code snippet is as follows:

```
1 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD HTML 4.01 Transitional//EN">
2 <html>
3 <head>
4 <title>FreeSat - Digital Satellite TV Without Subscription</title>
5 <meta name="description" content="Information on FreeSat, the UK free-to-air satellite
6 <meta name="keywords" content="FreeSat, free sat, satellite tv, review, reviewed, uk,
7 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
8 <meta name="robots" content="index, follow">
```

# Link Building

and the power of...

Blog Guest Posting

Linkbait

Directory Submissions

Internal Link

# Link Building

and the power of...



# SEO Tactics

Sources of Link Data...

*Yahoo Site Explorer*  
*Linkscape*  
*Open Site Explorer*  
*Majestic SEO*

**WHITE HAT**

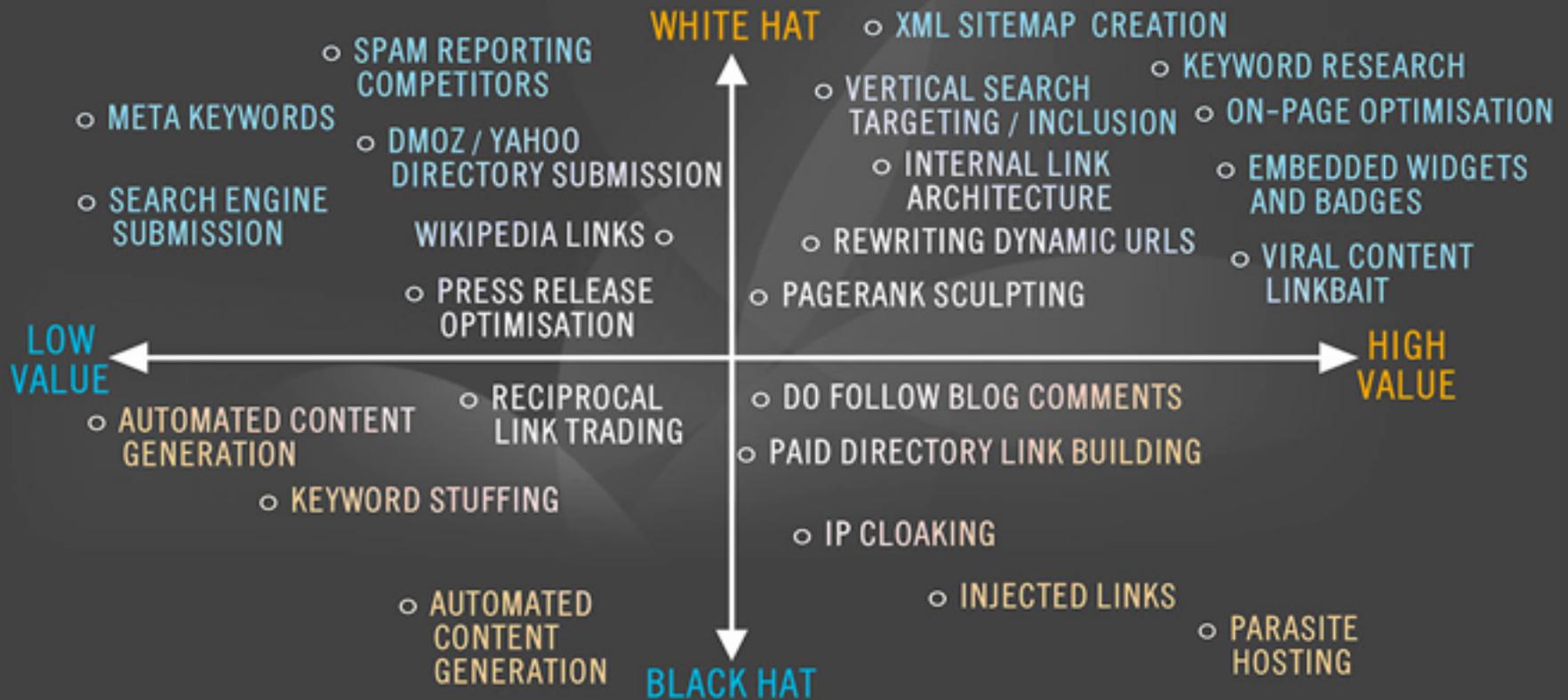
○ META KEYWORDS  
○ SPAM REPORTING COMPETITORS

○ XML SITEMAP CREATION  
○ VERTICAL SEARCH TARGETING / INCLUSION  
○ KEYWORD RESEARCH  
○ ON-PAGE OPTIMISATION

# SEO Tactics

Sources of Link Data...

Yahoo Site Explorer  
Linkscape  
Open Site Explorer  
Majestic SEO



## Linkbaiting & Social Media

The Social Media Effect

CONTENT CREATED



CONTENT HITS  
DIGG'S FRONT PAGE



TWEET ABOUT CONTENT  
TO THEIR FOLLOWERS



TWITTER USERS  
POSTS ON FACEBOOK

# Marketing Automation

# Definición de marketing automation

- El *marketing automation* o automatización de la mercadotecnia es el software y tácticas que permiten a las empresas comprar y vender de manera automática en un proceso similar al de Amazon. Se busca nutrir a los prospectos con un contenido altamente personalizado y útil que ayuda a convertir prospectos en clientes y convertir a los clientes en clientes satisfechos. Este tipo de automatización de marketing suele generar ingresos significativos para las empresas, y ofrece un excelente retorno de la inversión.

# EL NUEVO EMBUDO DE LA MERCADOTECNIA

EL CONTENIDO DEL *MARKETING* ES LA ULTIMA OPORTUNIDAD PARA LA CREATIVIDAD.

El contenido relevante permite vender, este es el combustible que impulsa el efecto de entrada a sitios asociados. El contenido es lo que da origen a una conversación así como a resolver problemas en redes sociales.

## EXPLORACIÓN

Al publicar y promover el contenido este permite compartirlo en redes y sindicarlo.

### MEDIDAS CLAVES

- Fans y *Followers*
- Visitas
- *Inbound Links*

## TOMA DE DECISIÓN

El contenido debe ser relevante, inspiracional y útil este debe obtener el permiso del consumidor para venderlo en un futuro.

### MEDIDAS CLAVES

- Tiempo en el sitio
- *Shares*, comentarios y *likes*
- Clientes potenciales/ transformación de clientes potenciales

## COMPRA

Desarrollar la mercadotecnia por medio de la automatización de *emails* con el fin de crear impacto en el comprador e impulsar una compra repetitiva.

### MEDIDAS CLAVES

- Ordenes de compra
- Ganancia
- Promedio del valor de las ordenes de comprar

## INCIDENCIA DEL CLIENTE

Cautivar al consumidor, es la clave para el *marketing* en social media así como la aprobación social son necesarias para repetir la venta y crear recomendación.

### MEDIDAS CLAVES

- Repetición de compra
- Referencia de compra

1 Plan

CONTENIDO DE MARCA

2 Alcance

Redes Sociales, blogs y Publicistas

3 Acción

Sitio web, blogs y herramientas interactivas

4 Conversión

Proceso de *e-commerce*, producto, precio y promoción

5 Comprometer

Incidencia de cliente

volver a automatizar

# ES LA ÚLTIMA OPORTUNIDAD PARA LA CREATIVIDAD.

## 1 Plan



El contenido relevante permite vender, este es el combustible que impulsa el efecto de entrada a sitios asociados. El contenido es lo que da origen a una conversación así como a resolver problemas en redes sociales.

## 2 Alcance



### EXPLORACIÓN

Al publicar y promover el contenido este permite compartirlo en redes y sindicarlo.

#### MEDIDAS CLAVES

- Fans y *Followers*
- Visitas
- *Inbound Links*

## 3 Acción



### TOMA DE DECISIÓN

El contenido debe ser relevante, inspiracional y útil este debe obtener el permiso del consumidor para venderlo en un futuro.

#### MEDIDAS CLAVES

- Tiempo en el sitio
- *Shares*, comentarios y *likes*
- Clientes potenciales/ transformación de clientes potenciales

## 4 Conversión



### COMPRA

Desarrollar la mercadotecnia por medio de la automatización de *emails* con el fin de crear impacto en el comprador e impulsar una compra repetitiva.

#### MEDIDAS CLAVES

- Ordenes de compra
- Ganancia
- Promedio del valor de las ordenes de comprar

### INCIDENCIA DEL CLIENTE

2 Alcance

## Redes Sociales, blogs y Publicistas

Al publicar y promover el contenido este permite compartirlo en redes y sindicarlo.

- MEDIDAS CLAVES**
- Fans y Followers
  - Visitas
  - Inbound Links

3 Acción

## Sitio web, blogs y herramientas interactivas

**TOMA DE DECISIÓN**

El contenido debe ser relevante, inspiracional y útil este debe obtener el permiso del consumidor para venderlo en un futuro.

- MEDIDAS CLAVES**
- Tiempo en el sitio
  - Shares, comentarios y likes
  - Clientes potenciales/ transformación de clientes potenciales

4 Conversión

## Proceso de e-commerce, producto, precio y promoción

**COMPRA**

Desarrollar la mercadotecnia por medio de la automatización de emails con el fin de crear impacto en el comprador e impulsar una compra repetitiva.

- MEDIDAS CLAVES**
- Ordenes de compra
  - Ganancia
  - Promedio del valor de las ordenes de comprar

5 Comprometer

## Incidencia de cliente

**INCIDENCIA DEL CLIENTE**

Cautivar al consumidor, es la clave para el marketing en social media así como la aprobación social son necesarias para repetir la venta y crear recomendación.

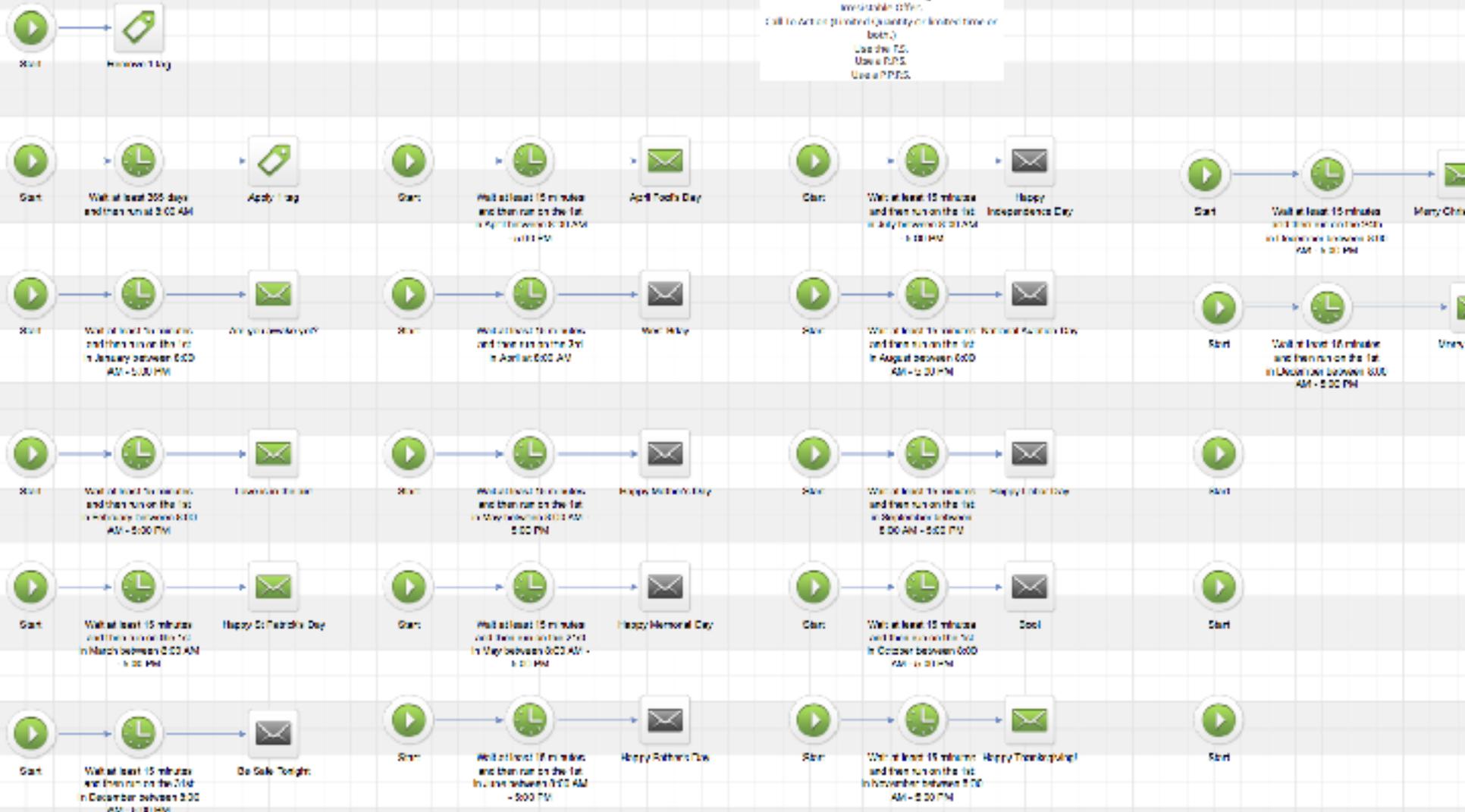
- MEDIDAS CLAVES**
- Repetición de compra
  - Referencia de compra

volver a automatizar

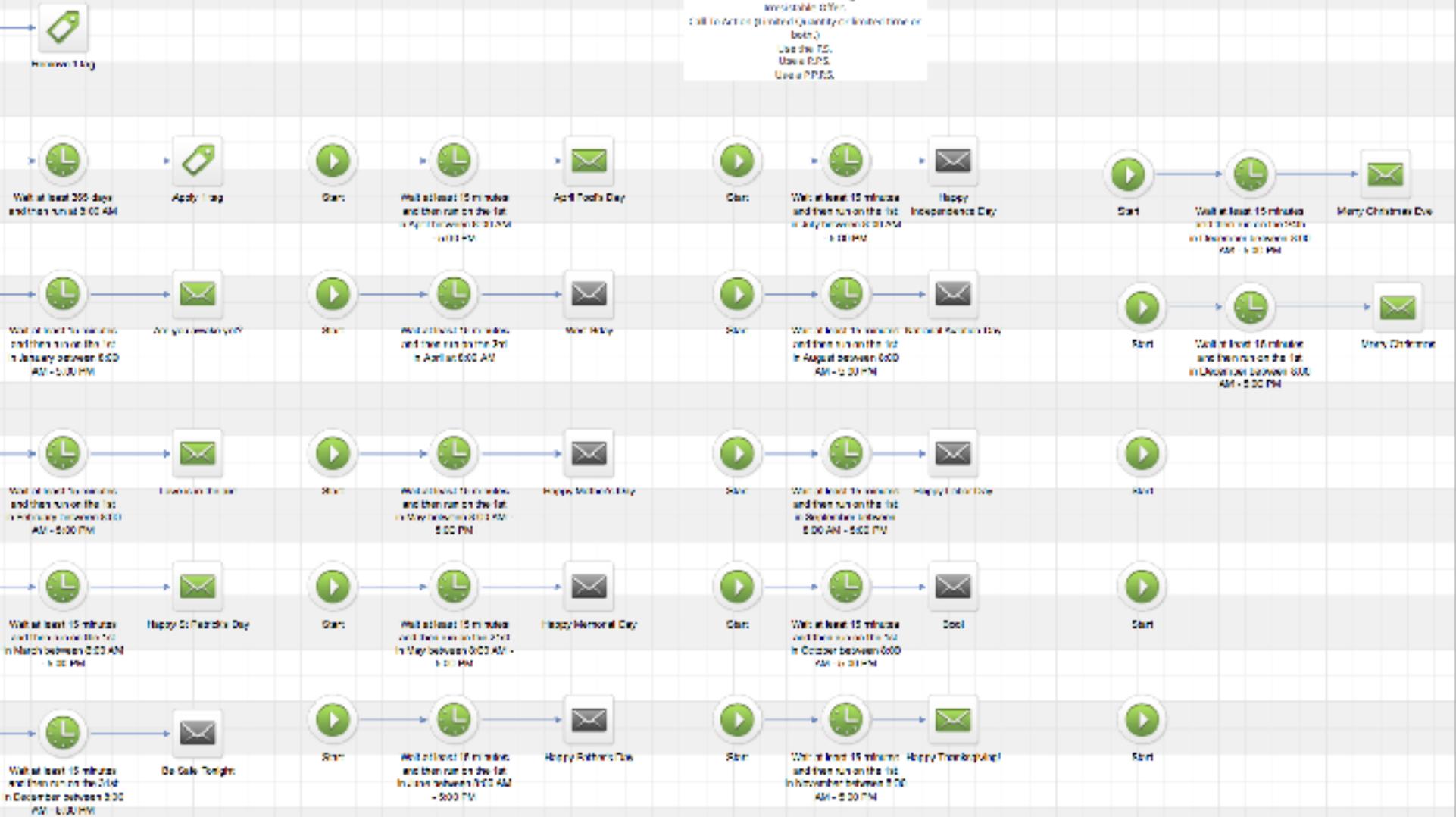
# Objetivos

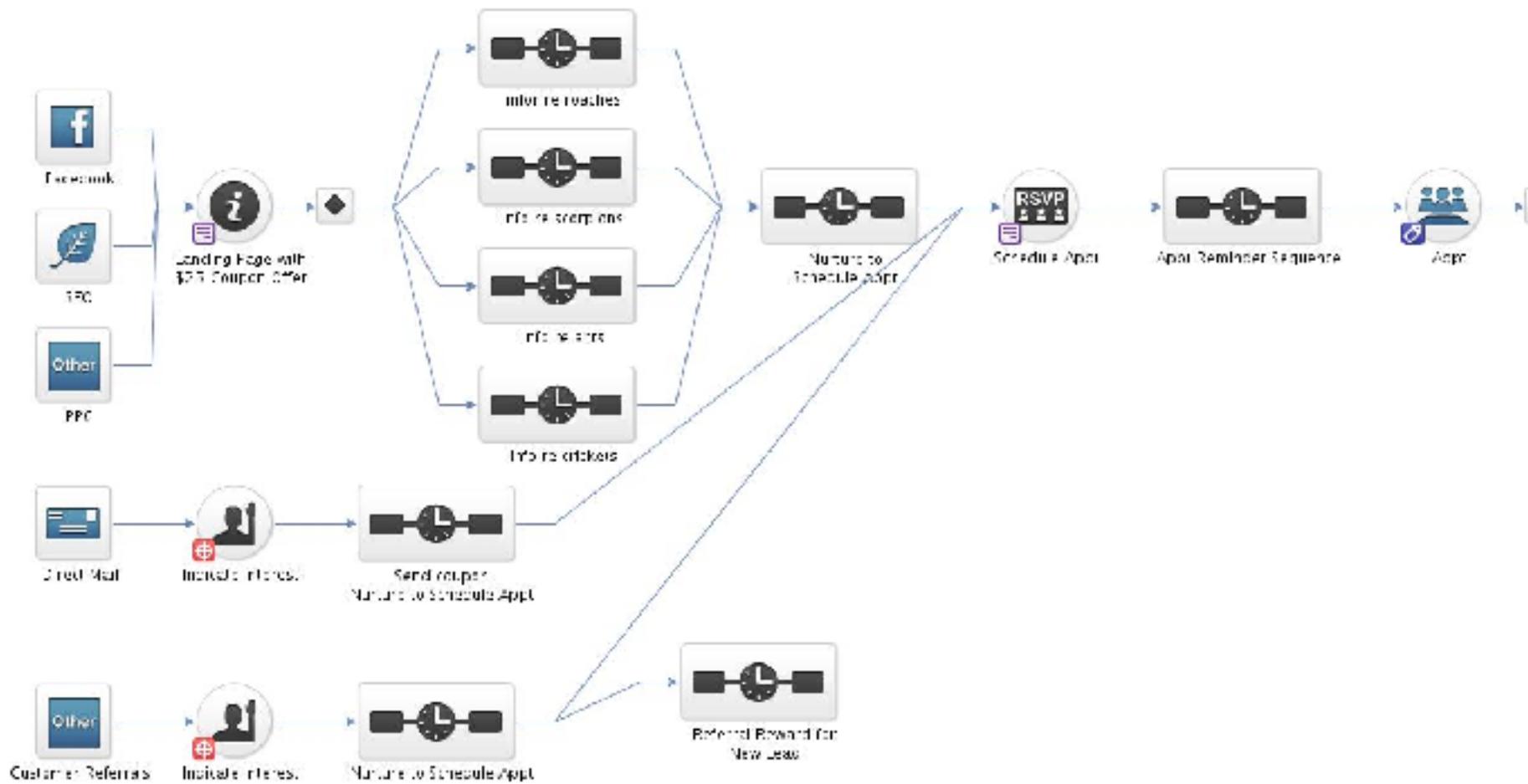
- Una estrategia de automatización de marketing funciona como eslabón entre el content marketing y permission marketing
- El objetivo principal es crear clientes potenciales a través de la entrega de contenido relevante.

How to place a long  
 Duration for the message.  
 Available offer.  
 Call to Act or limited quantity or limited time or  
 both.  
 Use the TD.  
 Use the PPS.  
 Use a PPCS.

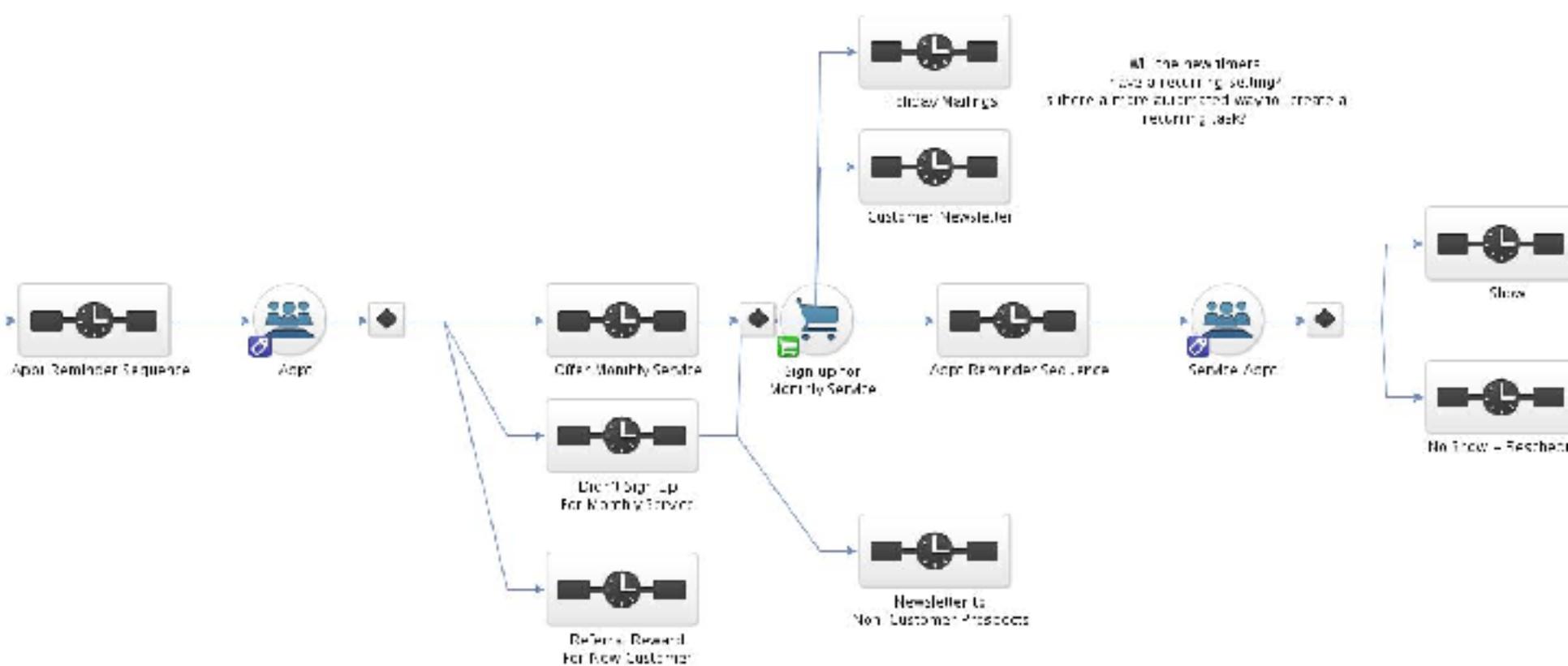


How long (minutes) you  
 Wait for the message  
 Available after:  
 Call to Act or printed quantity or limited time or  
 both:  
 Use the T.S.  
 Use a P.P.S.  
 Use a P.P.S.





Form asks who referring customer was  
 - would need either manual or  
 automated connection to  
 Referral Reward customer  
 to send rewards to correct customer



Are there any other ways to create a recurring task?

# Beneficios de automatizar procesos de marketing

- Ahorro de tiempo en contactos
- Crear una calificación aditiva a un contacto
- Crecimiento constante en la información sobre un cliente
- Consistencia en el servicio
- Mejora la imagen de la marca

# Principales proveedores

- Hubspot
- Infusionsoft
- Marketo
- Tremak
- Unbounce
- Eloqua
- Silverpop



♥ DATE OF ENTRY

JUNE 12, 2014

♥ FAVOURITE STORE

48°08'12"N, 11°34'11"E

♥ ENGAGEMENT SCORE

HIGH

♥ TOP 1 OFFER GROUP

BIG MAC LOVER

♥ TOP 2 OFFER GROUP

BEEF BURGER



# Redes sociales

# ¿Qué es social media?

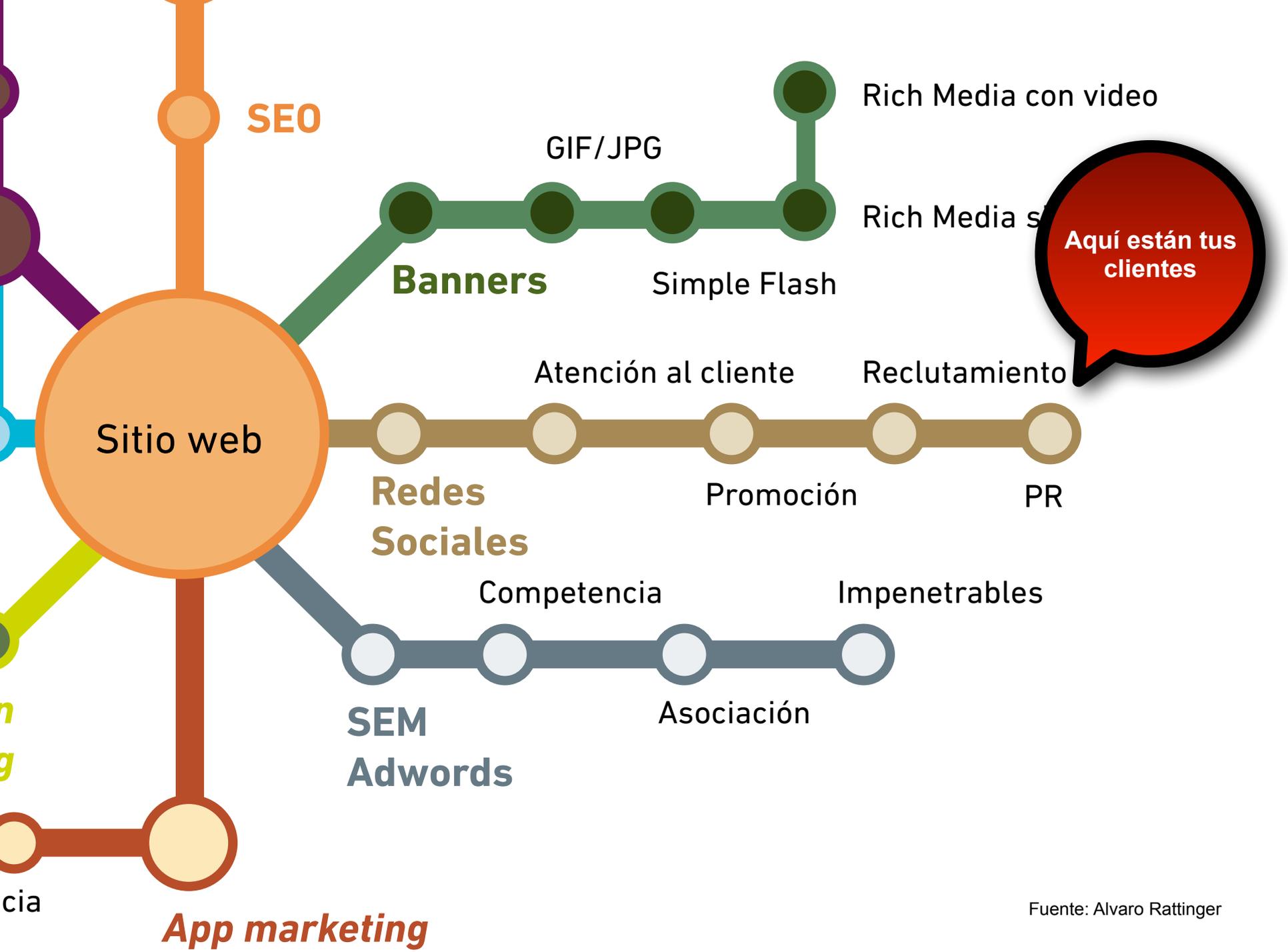
# Redes sociales

El software germinal de las redes sociales parte de la teoría de los Seis grados de separación, según la cual toda la gente del planeta está conectada a través de no más de seis personas. Las redes sociales en internet son espacios en los que conviven personas que tienen en común el lugar dónde estudiaron, gustos de música, áreas de desempeño laboral

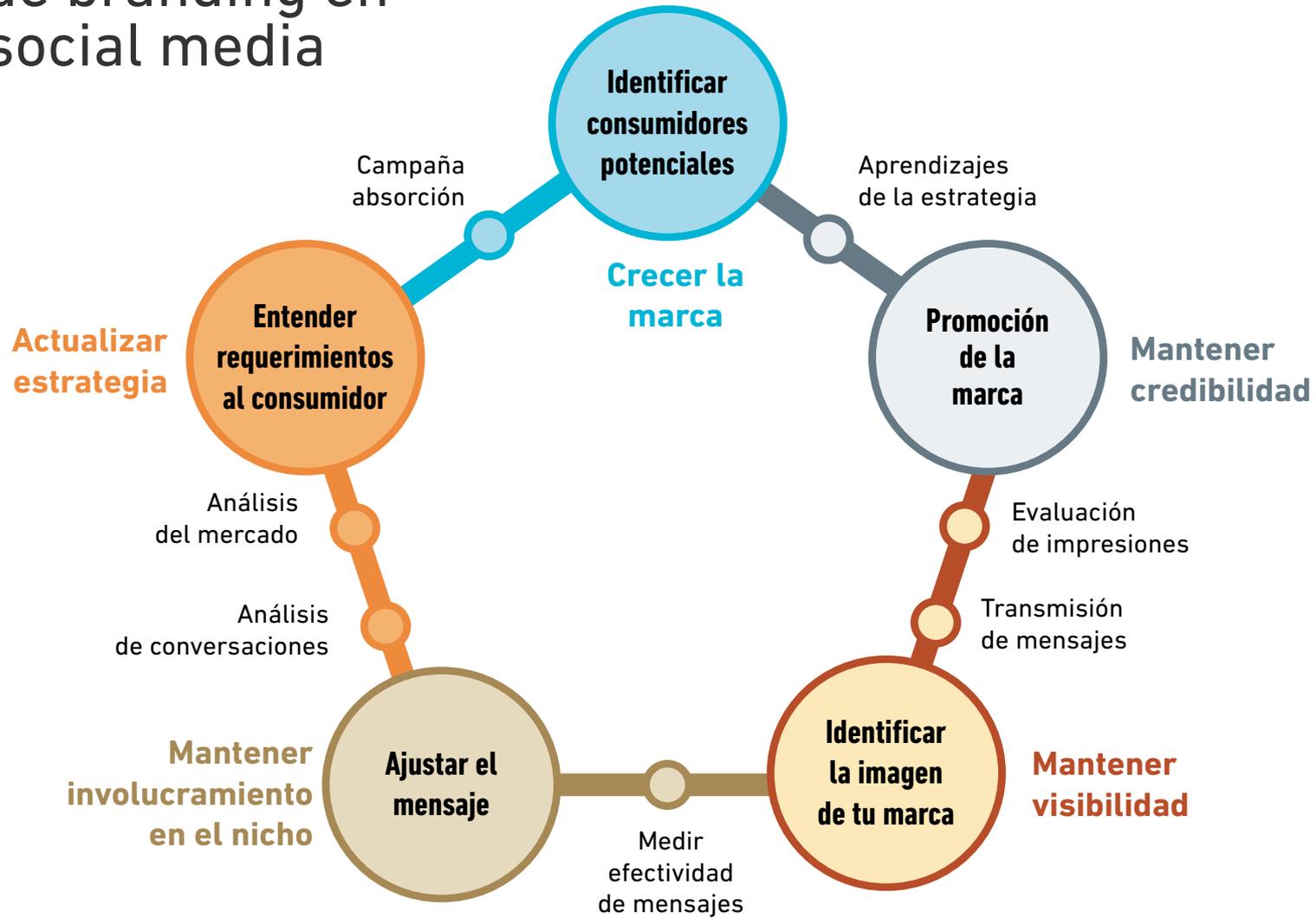
# **El consumidor lo ve todo**

# Esfuerzos de branding digital



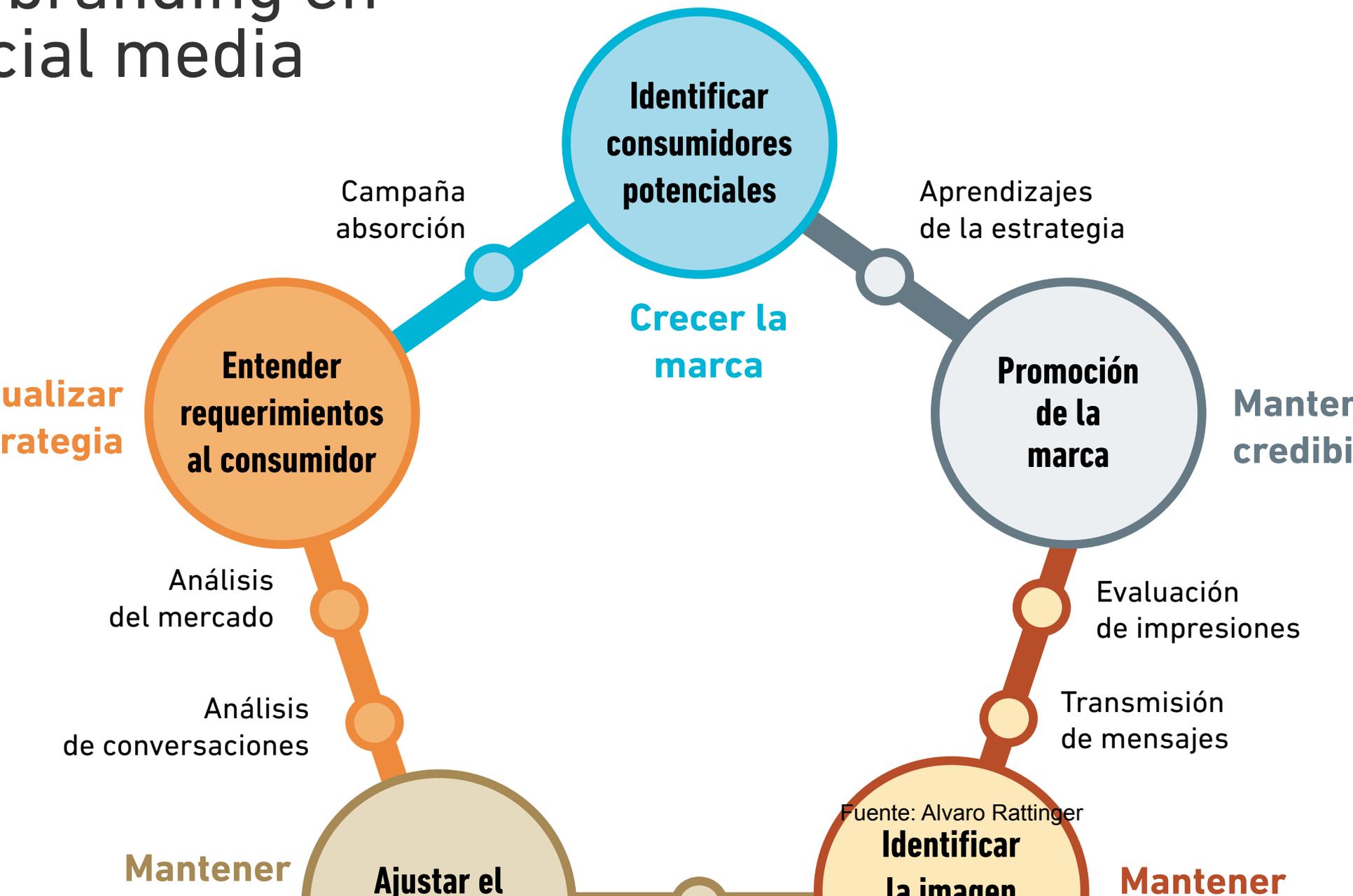


# Pentágono estratégico de branding en social media

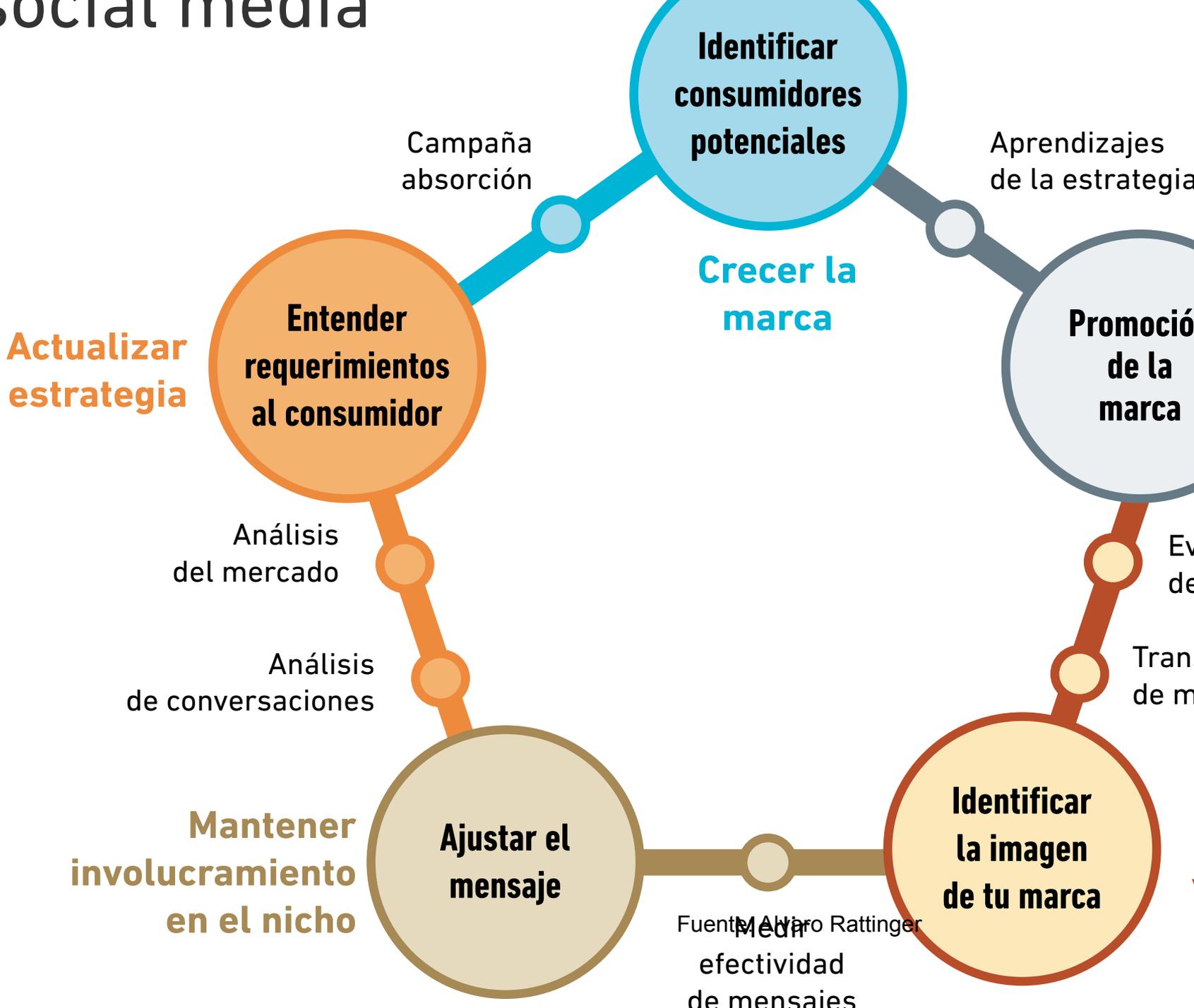


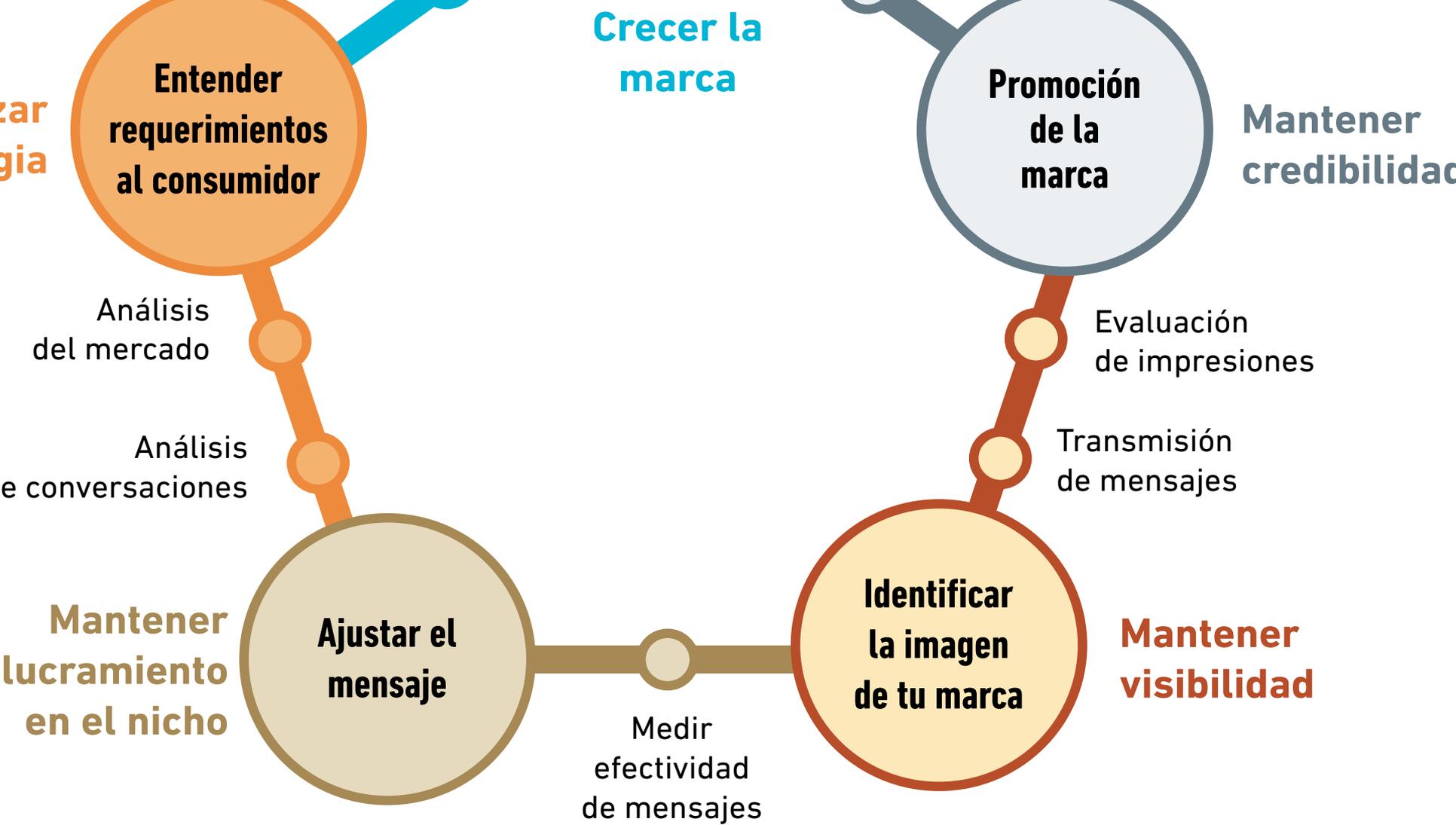
Fuente: Alvaro Rattinger

# estratégico branding en social media

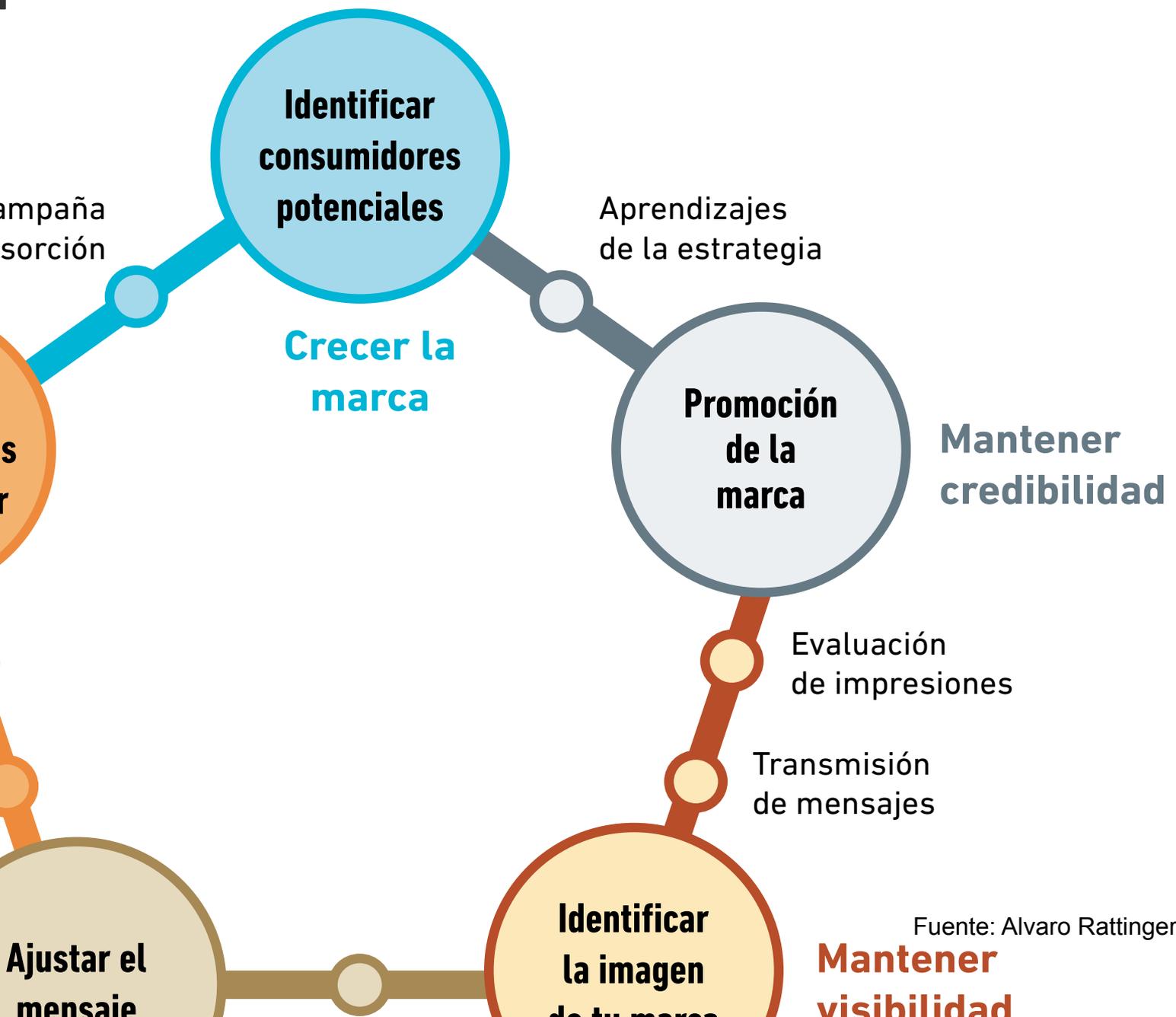


# social media



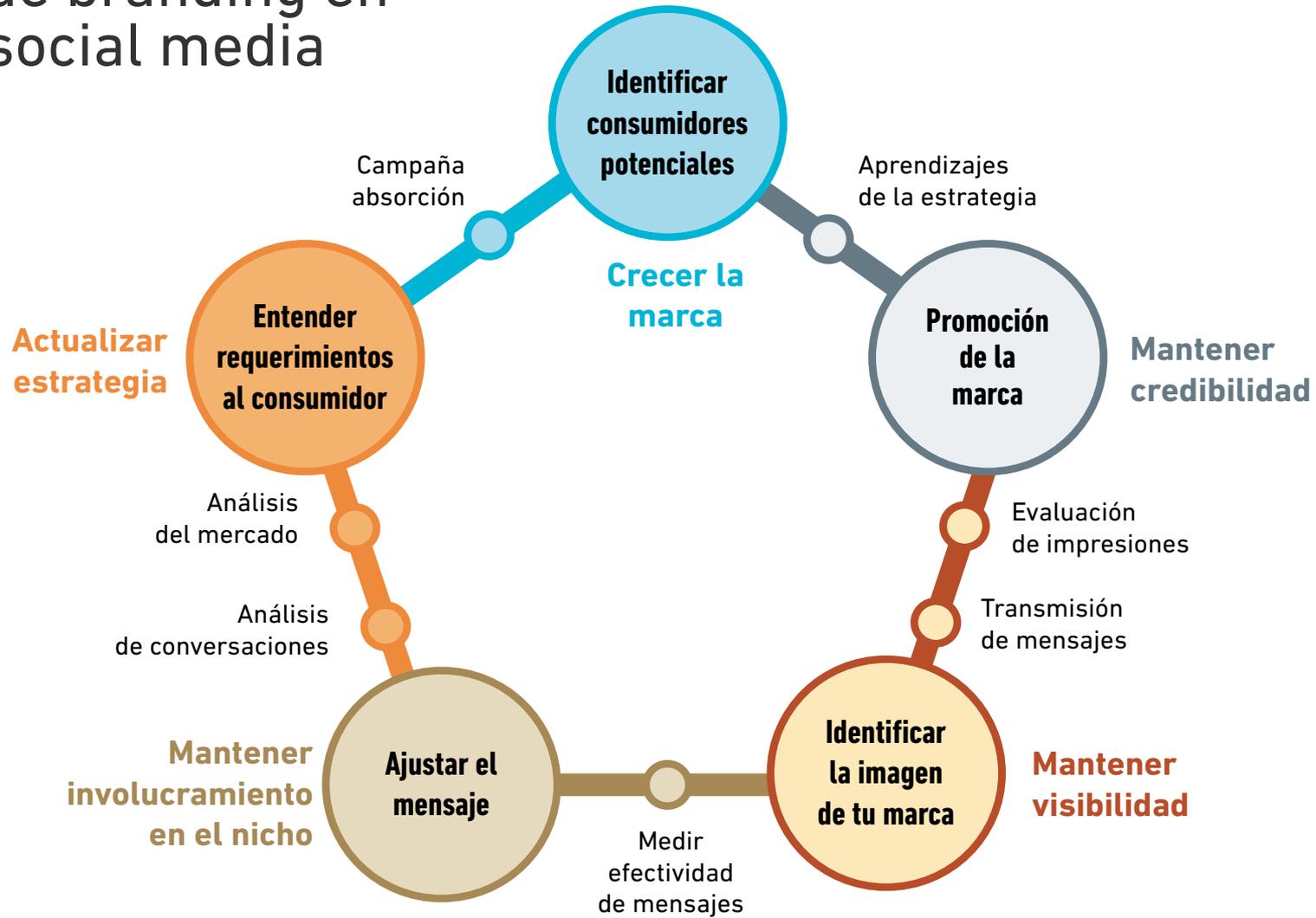


Fuente: Alvaro Rattinger



Fuente: Alvaro Rattinger

# Pentágono estratégico de branding en social media



Fuente: Alvaro Rattinger

# Redes Sociales en México

Check out the **September 2016** social media report for **Mexico**! It has key social media marketing information for anyone doing business in **Mexico**. You can see Top Facebook brands like **Huawei Mobile**, growth rates and this month's top social media content by **Cerveza Victoria México**, **Citibanamex** or **Xbox México**!

## Social Media Statistics for the top 20 brands in Mexico

### Average Number of Fans / Followers

	Number of Fans / Relative Growth	
	4 250 862 /	0.8 % ↑
	530 424 /	1.2 % ↑
	87 087 /	3.2 % ↑

### Average Number of Admin Posts

	Number of Posts / Relative Growth	
	140 /	2.2 % ↑
	112 /	-1.8 % ↓
	6 /	-25.0 % ↓

## Average Number of Interactions

Number of Interactions / Relative Growth



7 030 041 / -21.0 % ↓



9 424 / 2.3 % ↑



3 947 / 198.1 % ↑

## Average Response Rate

Response Rate / Relative Growth

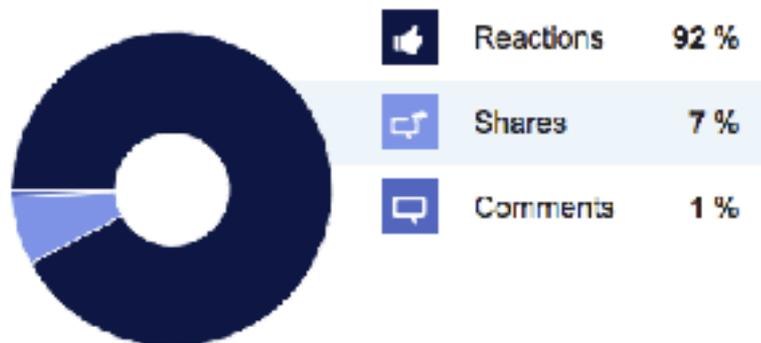


70 % / 12.6 % ↑

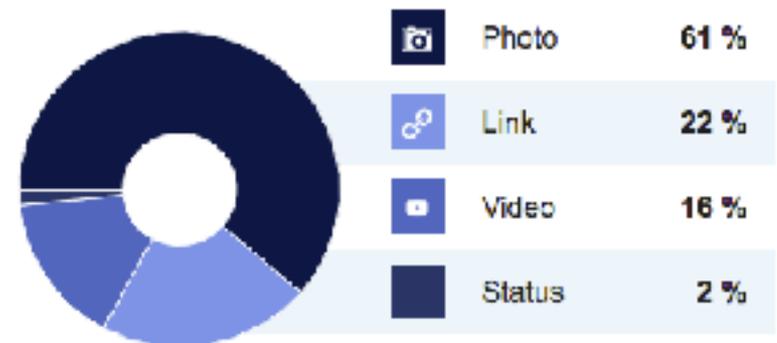


28 % / -5.5 % ↓

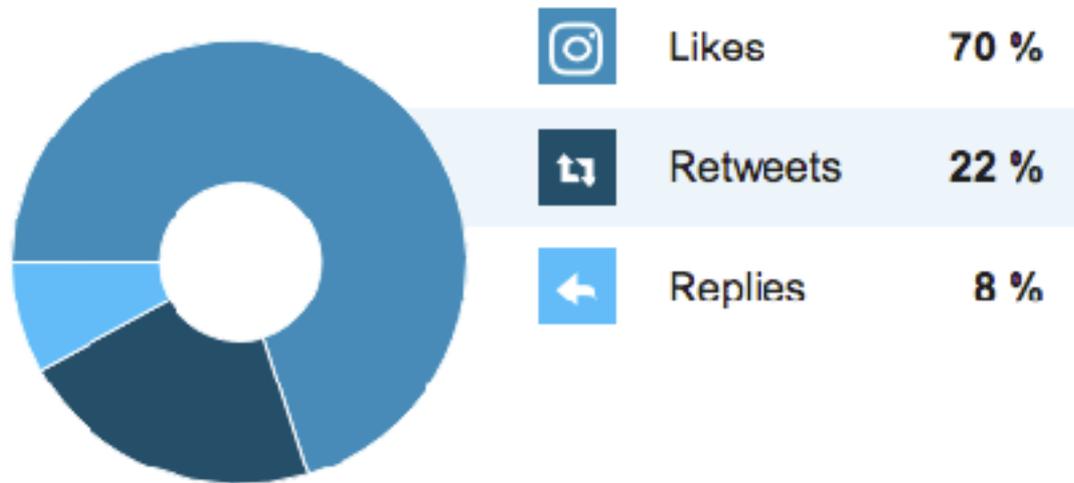
## Interaction types on Facebook



## Facebook Post Types



## Interaction types on Twitter



## Facebook stats for September 2016 in Mexico

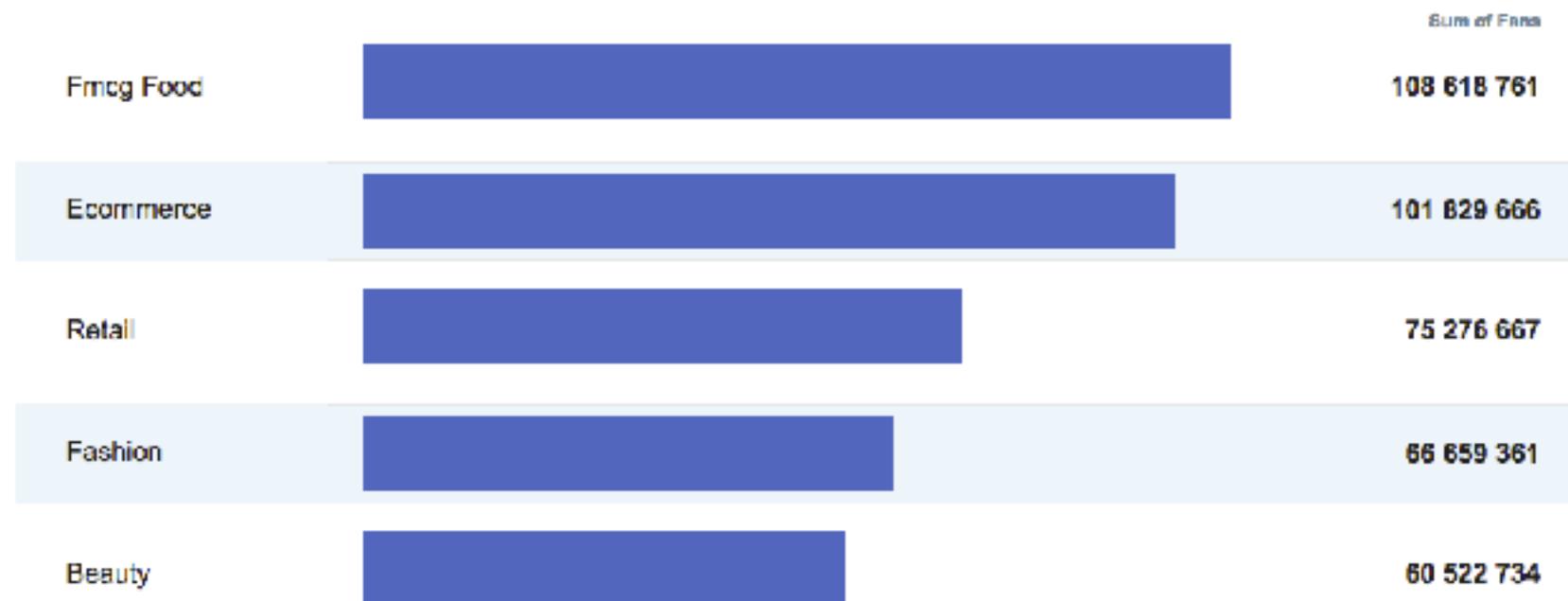
### Top 5 Facebook Brands

	Total Local Fans
 <a href="#">Yo Amo los Zapatos</a>	<b>9 435 484</b>
 <a href="#">Corona</a>	<b>6 662 027</b>
 <a href="#">Corona</a>	<b>6 640 665</b>
 <a href="#">Coca-Cola</a>	<b>6 287 216</b>
 <a href="#">Coca-Cola</a>	<b>6 287 083</b>

### Top 5 Facebook Brands by No. of Interactions

	Total Number of Interactions
 <a href="#">Yo Amo los Zapatos</a>	<b>126 204 747</b>
 <a href="#">Amore Mio</a>	<b>1 566 730</b>
 <a href="#">Cerveza Victoria México</a>	<b>1 298 083</b>
 <a href="#">Volkswagen</a>	<b>1 185 316</b>
 <a href="#">Bodega Aurrera</a>	<b>1 178 030</b>

## Top 5 Industries on Facebook



Data is from the total number of Local Fans for the largest 200 pages in Mexico by Fan count

# Costos de anunciarse

# Costo de la publicidad en Facebook

#	Country	avg. CPC	avg. CPM
1	<a href="#">Japan</a>	\$1.19	\$0.42
2	<a href="#">Russia</a>	\$1.09	\$0.16
3	United States	\$1.08	\$0.19
4	<a href="#">Sweden</a>	\$1.06	\$0.52
5	<a href="#">Australia</a>	\$1.02	\$0.18
6	<a href="#">South Africa</a>	\$0.76	\$0.20
7	<a href="#">Switzerland</a>	\$0.75	\$0.17
8	<a href="#">United Kingdom</a>	\$0.75	\$0.16
9	<a href="#">American Samoa</a>	\$0.72	\$0.09
10	<a href="#">Denmark</a>	\$0.71	\$0.17

# Costo de la publicidad en Facebook

108	<u>Hungary</u>	\$0.15	\$0.15
109	<u>El Salvador</u>	\$0.15	\$0.08
110	<u>Antigua and Barbuda</u>	\$0.15	\$0.03
111	<u>Mexico</u>	\$0.15	\$0.03
112	<u>Gibraltar</u>	\$0.15	\$0.02
113	<u>Saint Kitts and Nevis</u>	\$0.15	\$0.02
114	<u>Greece</u>	\$0.14	\$0.10

# Ejemplos y casos de estudio

# Lluvias CDMX

June 4, 2017

@mzavalagc	6,137
@lepeceador_	39,256
@ManceraMiquelMX	5,573
@mruval_1a1a	6,250
@mrdelavanguardia	4,595

Elecciones EDOMEX

June 1, 2017

@Mzavalagc	1,365
@lepeceador_	27,790
@ManceraMiquelMX	5,225
@mruval_1a1a	1,388
@mrdelavanguardia	26,485

Veda electoral EDOMEX



Comunicación institucional



Jun 1      Jun 3      Jun 5      Jun 7      Jun 9      Jun 11      Jun 13      Jun

QUERY	TWEETS	MEDIAN DAY
● @Mzavalagc	216,994	6,812

## Ejemplo - MÉXICO: CONVERSACIÓN MUNDIAL EN MEDIOS DIGITALES

	México	Brasil	Argentina
México	10,390,906	461,662	603,428 
Estados Unidos	9,128,899 	1,566,205	2,535,922
España	1,367,049 	890,125	1,260,149
Brasil	1,022,944	19,315,420	1,804,841 
Venezuela	438,000	453,494	574,782 
Indonesia	354,106	521,619 	485,282
Argentina	347,461	626,703 	4,605,174
Gran Bretaña	339,543 	145,561	227,385
Colombia	285,496	317,012	327,373 
Chile	272,585	260,697	480,544 

Fuente: Unidad de investigación merca2.0 Abril 2013

# **El valor de marca hace diferencia**



jamieadavies Living in pa

Liked

Comment







¿?: el vídeo de tu vida, el concierto de tu artista favorito.

LO QUE QUIERO HACER

ENTÉRATE QUIÉN  
ESTA AYUDANDO

CONTACTO

Escribe tu nombre...

Escribe tu correo...

Si deseas, elige tu icono:



ESCRIBE AQUÍ TU DESEO

(hasta 253 caracteres)

COMPARTE

\*Al compartir aceptas los términos y condiciones.

5775  
Deseos publicados

Contágate de lo que otros desean

¿A qué partido de fútbol te  
gustaría asistir antes de morir?

Síguenos por



Youtube



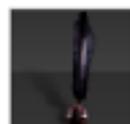
Twitter



Facebook



Contacto



Ro Garay

#7536

Mi único deseo (se va a oír bien cursi) jaja pero note es que se cumplan los deseos de todos! que todos se unamos para cumplir los sueños de todos! Así que menos palabras y mas acción! contactarme pa lo que sea! Aquí vemos como lo hacemos!

AYUDA A CUMPLIR  
ESTE DESEO



Ana Ma.

#7531

Pagar mis deudas (no son muchas pero ah como cuesta salir de esas hadesje ir a Europa con una personita especial q tengo (Francia, España, Italia, etc.) conozco y tendría que superar mi fobia a los aviones =)

AYUDA A CUMPLIR  
ESTE DESEO



Viansy

#7530

Lo que quiero hacer antes de morir es: ayudar a mis papas a terminar su casa.

Deseo cumplido de la semana



"Conducir con  
Martha Debayle su  
programa"

El deseo de: angelica

espinoza

Quien le ayudó: Angélica tuvo la  
respeeta de Martha Debayle, quien es  
fanática del sitio y le pareció increíble su  
deseo.

AYUDA A CUMPLIR ESTE DISO

Tweet

Me gusta



LUPE

#7508

QUISIERA SER MEJOR PERSONA Y ENCONTAR A EL AMOR VERDADERO

AYUDA A CUMPLIR ESTE DISO

Tweet

Me gusta

1



Yolanda

#7515

Casarme con el amor de mi vida e irme a vivir a otro país donde nadie ni nada nos pueda hacer daño, tener hijos maravillosos y pasar el resto de mis días con él.

AYUDA A CUMPLIR ESTE DISO

Tweet

Me gusta



LUCY

#7513

Lo que más quiero es tener una casa grande, lejos de la ciudad, criar animales y cultivar plantas, y que allí mismo sea como una casa de retiro, para que vayan mujeres estresadas o deprimidas, y ayudenlas a recuperar el vigor y el gusto por la vida

AYUDA A CUMPLIR ESTE DISO

Tweet

Me gusta

1



LAURA

#7510

QUIERO LOCALIZAR A UNA PERSONA DE NOMBRE ANTONIO CAVAZOS GONZALEZ DE REYNOSA TAMAULIPAS, ES IMPORTANTE.

AYUDA A CUMPLIR ESTE DISO

Tweet

Me gusta



Laura

#7592

Reunir mis deudas en una sola para pagar a 3 años + ningún banco me hace caso :( regalamos a mi hijo y a mi un viaje a NY y París; Escribir y publicar un libro y arreglar la casa que construyeron mis bisabuelos ya que tiene más de 100 años.

AYUDA A CUMPLIR ESTE DISO

Tweet

Me gusta



Samantha Fife

#7506

ayudar a personas con enfermedades terminales a cumplir su sueño, creo que nada me llenaría más que sentirme satisfecha por haber ayudado a más personas... eso quiero hacer antes de morir

AYUDA A CUMPLIR ESTE DISO

Tweet

Me gusta

1



eduardo aburto

#7479

Descubir antes de morir es ir al cielo es una ilusión que quiero que se me realice

AYUDA A CUMPLIR ESTE DESHO



Me gusta



Samantha Filie

#7506

ayudar a personas con enfermedades terminales a cumplir su sueño, creo que nada me llenaría mas que sentirme satisfecha por haber ayudado a mas personas... eso quiero hacer antes de morir

AYUDA A CUMPLIR ESTE DESHO



Me gusta

1



eduardo aberto

#7479

Desear antes de morir es ir al tibe de una ilucion que quiero que se me realice

AYUDA A CUMPLIR ESTE DESHO



Me gusta



Julieta

#7501

Ir a acapulco y santarme en la playa de pin de la cuesta.

AYUDA A CUMPLIR ESTE DESHO



Me gusta



Omar avandano

#7508

El que siempre ha sido el sueño de mi vida es tener un Mustang que es el auto mas perfecto del mundo

AYUDA A CUMPLIR ESTE DESHO



Me gusta



Daniel Manzano

#7585

Yo quiero viajar a Rio Gallegos Argentina, para conocer a un amigo. Le conozco desde hace 4 años, pero por la corta edad, y que no tenemos mucho dinero, es difícil. Me encantaría poder decirle que lo conoceré y emocionarnos los dos. Es lo que quiero.

AYUDA A CUMPLIR ESTE DESHO



Me gusta

1



Mario Alberto Patron

#7599

Conocer Londres, Inglaterra :)

AYUDA A CUMPLIR ESTE DESHO



Me gusta

1

1

2

3

4

5

6

7

8

9

231

Siguiente





¿?: el viaje de tu vida, el concierto de tu artista favorito.

LO QUE QUIERO HACER

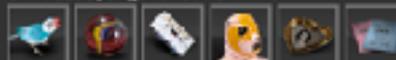
ENTÉRATE QUIÉN  
ESTA AYUDANDO

CONTACTO

Escribe tu nombre...

Escribe tu correo...

Si deseas, elige tu icono:



ESCRIBE AQUÍ TU DESEO

(hasta 253 caracteres)

COMPARTE

\*Al compartir aceptas los términos y condiciones.

5775  
Deseos publicados

Contágate de lo que otros desean

¿A qué partido de fútbol te  
gustaría asistir antes de morir?

Síguenos por



Youtube



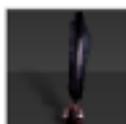
Twitter



Facebook



Contacto



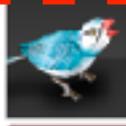
Ro Garay

#7536

Mi único deseo (se va a oír bien cursi) jaja pero note es que se cumplan los deseos de todos! que todos nos unamos para cumplir los sueños de todos! Así que menos palabras y mas acción! contactarme pa lo que sea! Aquí vemos como lo hacemos!

AYUDA A CUMPLIR  
ESTE DESEO

Tweet Me gusta



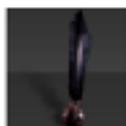
Ana Ma.

#7531

Pagar mis deudas (no son muchas pero ah como cuesta salir de esas hachese ir a Europa con una personita especial q tengo(Francia, España, Italia, etc.) conozco y tendría que superar mi fobia a los aviones =)

AYUDA A CUMPLIR  
ESTE DESEO

Tweet Me gusta



Viansy

#7539

Lo que quiero hacer antes de morir es: ayudar a mis papas a terminar su casa.

Deseo cumplido de la semana



"Conducir con  
Martha Debayle su  
programa"

El deseo de: angelica

espinoza

Quien le ayudó: Angelica tuvo la respuesta de Martha Debayle, quien es fanática del sitio y le pareció increíble su deseo.

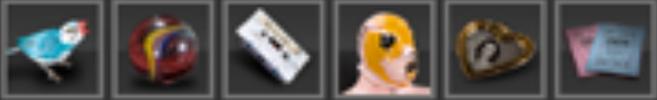
ej.: el viaje de tu vida, el concierto de tu artista favorito.

**LO QUE QUIERO HACER**

**ENTÉRATE QUIÉN ESTÁ AYUDANDO**

**CONTACTO**

Si deseas, elige tu icono:



**ARTIR**

# 5775

## Deseos publicados

Contágate de lo que otros desean

**¿A qué partido de fútbol te gustaría asistir antes de morir?**

#7636  
pero neta es que se cumplan los deseos de todos!  
ños de todos! Así que menos palabras y mas acción!  
omo le hacemos!



Síguenos por



Youtube    Twitter    Facebook    Contacto

#7636  
es que se cumplan los deseos de todos!  
dos! Así que menos palabras y mas acción!  
emos!

[Tweet](#)

[Me gusta](#)

#7631  
esta salir de esos baches)e ir a Europa con  
(la, etc.) conozco y tendría que superar mi

[Tweet](#)

[Me gusta](#)

#7630  
papas a terminar su casa.

[Tweet](#)

[Me gusta](#)

1

#7629  
todas sus facetas, pareja, hijos familia,  
lentos de salud! Viajar, conocer el mundo

[Tweet](#)

[Me gusta](#)

Síguenos por



Youtube



Twitter



Facebook



Contacto

### Deseo cumplido de la semana



#### "Conducir con Martha Debayle su programa"

El deseo de: angelica

espinosa

**Quien le ayudó:** Angélica tuvo la respuesta de Martha Debayle, quien es fanática del sitio y le pareció increíble su deseo.

[LEER MÁS](#)



## Results for #AntesDeMorir

Tweets · [Top](#)**victor\_rosario** Victor Rosario

#antesdemorir yo le quiero da un palo gomez diaz :)

7 minutes ago

**VianBrightside** Vianey Cruz Garcia

Vianey compartió un deseo que quiere cumplir #antesdemorir loquequierohacerantesdemorir.com/ceseos/7630

57 minutes ago

**Antes\_demorir** Antes de Morir

RT @alexsipl: compartí un deseo q quiero cumplir #antesdemorir loquequierohacerantesdemorir.com/ceseos/7628 ¡Para todo hay tiempo y todo es posible! Todo es posible!

1 hour ago

**Coquis2010** Coquis-gc

Coquis Garcia Campos compartió un deseo que quiere cumplir #antesdemorir loquequierohacerantesdemorir.com/deseos/7629

1 hour ago

**varu28** Alvaro Rattinger

Me encantó el esfuerzo de #antesdemorir loquequierohacerantesdemorir.com por cada 500 deseos de la gente van a cumplir 1

2 hours ago

**LeonelM\_** Leonel M

#antesdemorir vi Como la vinotinto unió a Venezuela por un mismo fin ganar y ganar

4 hours ago

**arribas79** Alejandro arribas

ya sigo a @\_aecenena ayúdenle a cumplir su deseo de tener 1000 followers #AntesDeMorir apenas lleva 200

8 hours ago

## Follow "#AntesDeMorir" and more on Twitter

Twitter delivers instant updates on what's happening around the world. Sign up today and follow your interests!

[Sign up](#)People results for #AntesDeMorir · [view all](#)**Antesdemorir** @Antes de morir · [Follow](#)**MeApasionaria** AntesDeMorir · [Follow](#)**federicca** Fe' · [Follow](#)*Tea drinking life form. 90% awkward, 10% talent. Im...***RaquelMartes** Raquel Martos · [Follow](#)*Periodista, guionista y colaboradora de El Hormiguero...*

## Trends

[#ithoughtyoulookedgood](#)[#everybodyhasthat1follower](#)[#preguntahastigosa](#)[Profile Stalkers](#)[Freddy Krueger](#)[Johnson Family Vacation](#)[RestartNoSuperPop](#)[Lucian Freud](#)[Jaime Camil](#)[Prince Royce](#)



## Muro

Información

Fotos

Bienvenidos

## Información

<http://loquequierohacerantesdemorir.com/>

A  
**4.250**

personas le gusta esto

Crear una página

Agregar a los favoritos de mi página

Suscribirse a través de RSS

Denunciar página

Compartir

## Lo que quiero hacer antes de morir

Me gusta

Cómo crear una página

Producto/Servicio



Muro

Lo que quiero hacer antes... - Más recientes



**Bibiana Bucio Mencoza**

mi deseo es conocer el mar antes de morir, y conocer ala persona que ocupa un un lugar en mi corazon , es de otro país...ese es mi deseo antes de morir

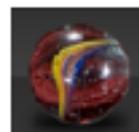
Hace 3 horas

A 2 personas le gusta esto.



**Lo que quiero hacer antes de morir**

¿Te ya compartiste tu deseo? <http://bit.ly/antesdemorir>



**J. García López | Lo que quiero hacer antes de morir bit.ly**

¿Qué es lo que quieres hacer antes de morir? Comparte tus deseos y ¿quién sabe? Tal vez haya alguien que te pueda ayudar.

Hace 3 horas a través de HootSuite - Share

A 4 personas le gusta esto.



**Cruz Ruelas** la lo hice y no me dieron los puntos @

Hace 3 horas



**Lo que quiero hacer antes de morir** Hola Cruz ¿Cuz los puntos?

Hace una hora aproximadamente.



**Cruz Ruelas** los k estavan dando por la promo d red10

Hace 12 minutos



**Sara Ayala Gonzalez**

LO QUE QUIESIERA HACER ANTES DE MORIR ES MANEJAR UN CONVOY DEL METRO, TAL VEZ DE LAS LINEAS 2 Ú 8. Y SI ES POSIBLE TRABAJAR DE OPERADORA O DE SEGURIDAD EN EL METRO EN LA LINEA 12 QUE ESTAN CONSTRUYENDO, JAJAJA, TODO ES VALIDO.

Hace 10 horas



**Angeles Martinez**

Tú y Lo que quiero hacer antes de morir

A Jack Ades y Luz Pedraza les gusta esta página.

Cumpleaños

Ver todos



**Armando Chavez Gomez**

Es su cumpleaños.

Deséale un feliz cumpleaños.



**Pau Sancen**

Es su cumpleaños.

Deséale un feliz cumpleaños.

Anuncios

Crear un anuncio

boletos aereos 50% off  
[viajesaznecatours.com](http://viajesaznecatours.com)



aproveche promociones del mes mexico cancan x solo 2,999 y muchas ofertas mas visitanos ya click aqui

Alcazar San Isidro

[alcazarsanisdre.net](http://alcazarsanisdre.net)



Aprovecha precios de preventa. Deptos a 5 min de Polanco (Azcapotzalco) Cerca de lo que más te interesa.

NeoDialogo



Si buscas que tu marca se relacione con prospectos y clientes a través de Facebook y no sabes como lograrlo. ¡Contáctanos!

Me gusta · A PAVka Alvarez le gusta esto.

Galerías El Triunfo



Buscas muebles y artículos de decoración novedosos.



Luli Fernández

Hace 2 segundos · 🌐

Gordi, te olvidaste el calzoncillo en casa !!!



Me gusta · Comentar · Compartir



Matías Eugenio

1 de mayo · 🌐

No lo olvide Lulii !!!!, es mi  
Nos vemos otra vez ?

Me gusta · Comentar

👍 A 4 personas les gusta esto.



Gonzalo Trigo llamala

24 de abril a la(s) 17:39 · Me gusta



Gus Roux INBOX!!!!!!!!!!!!!!

24 de abril a la(s) 17:59 · Me gusta



Gonzalo Trigo ah EL ca

24 de abril a la(s) 23:05 · Me gusta

Escribe un comentario...



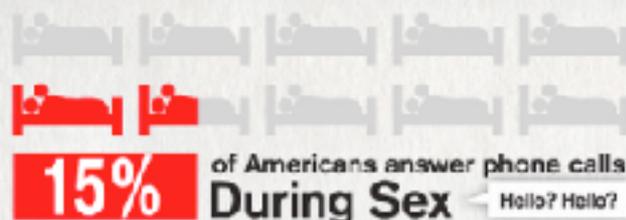
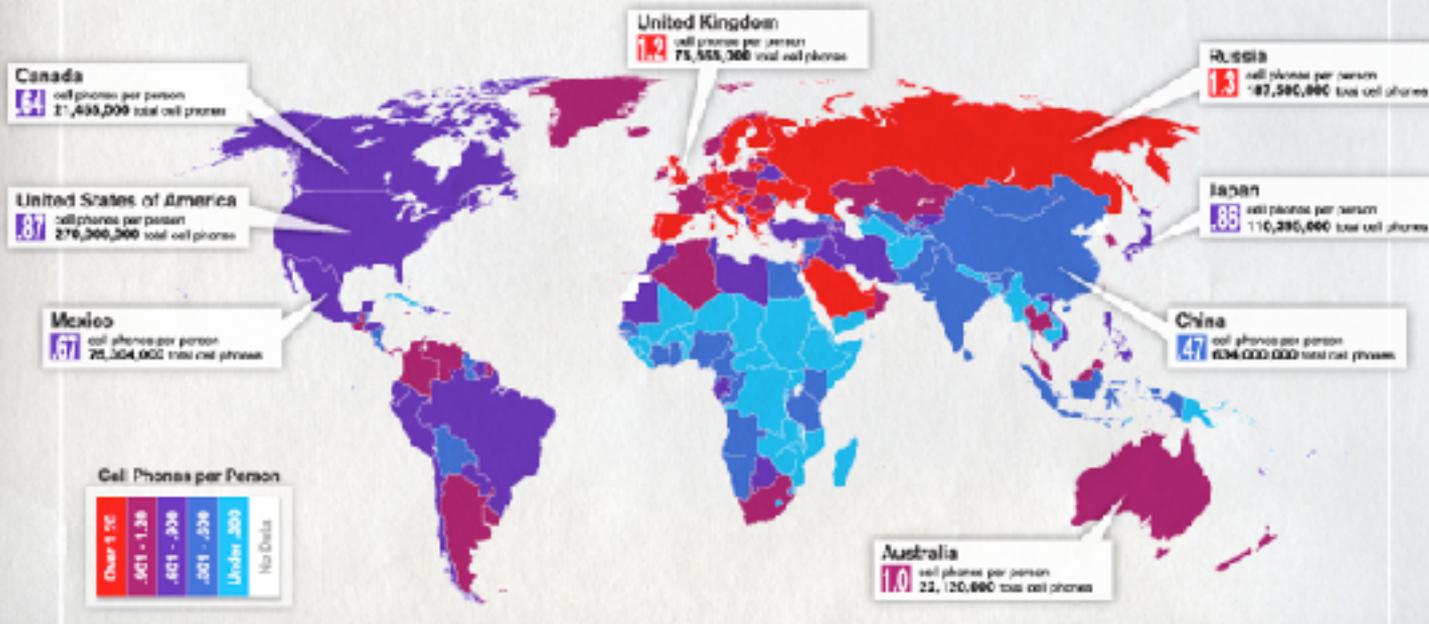
Matías Eugenio

# Mobile marketing

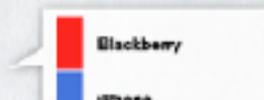
# Economía móvil

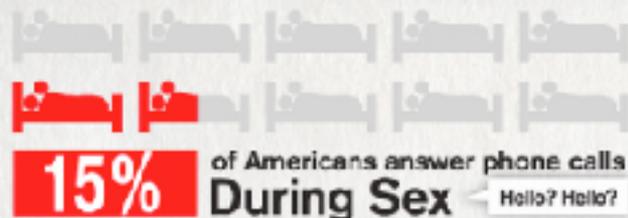
# THE SHOCKING DEMOGRAPHICS OF CELL PHONE USE

Are you addicted to your cell phone? Statistics show an ever increasing number of people are displaying addictive behaviors when it comes to cell phone use. Today, there are more than 4.6 billion cell phones in use, more than 370 times the number in use in 1990.



tick tick tick!  
Americans use approximately **Minutes Per Day**  
(That's about 21 minutes per person)

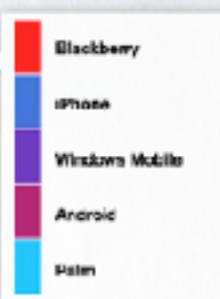
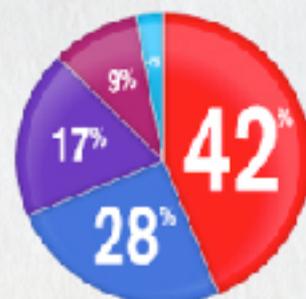




tick tick tick!

Americans use approximately **Minutes Per Day**

(That's about 21 minutes per person)



Top Smartphone Platforms in the **United States**

## Cell phones around the **WORLD**

Highest average number of cell phones per person

- |                              |                        |
|------------------------------|------------------------|
| 1. United Arab Emirates 1.95 | 6. Lithuania 1.41      |
| 2. Estonia 1.94              | 7. Portugal 1.39       |
| 3. Hong Kong 1.61            | 8. Singapore 1.36      |
| 4. Italy 1.52                | 9. Czech Republic 1.34 |
| 5. Bulgaria 1.47             | 10. Russia 1.33        |



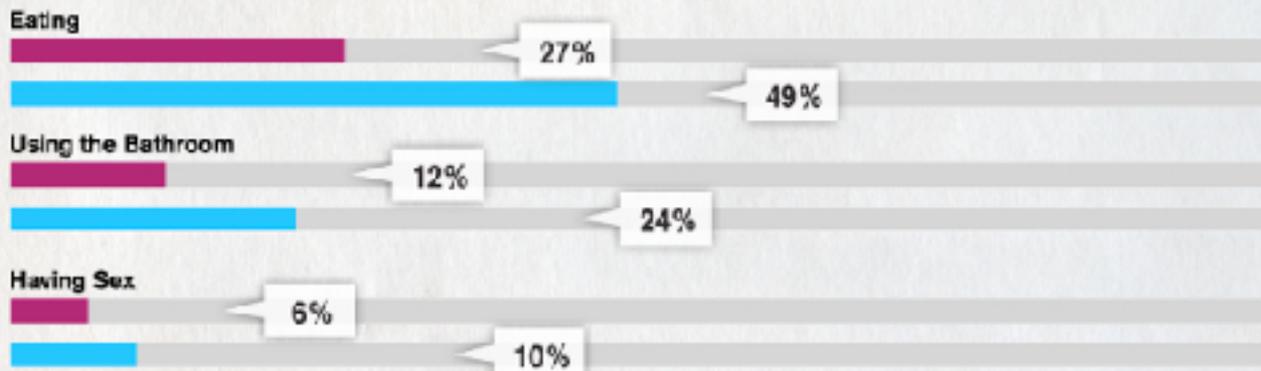
## MULTI-TEXTING

Texting while doing other things. How acceptable is it?

# MULTI-TEXTING

Texting while doing other things. How acceptable is it?

over 25 years old      under 25 years old



## TEXT Popularity



← 72% →  
of cell phone users  
send & receive texts



LOL



4.1  
BILLION  
texts per day

2009

VS

5  
BILLION  
texts per day

currently

### Sources:

[http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_countries\\_by\\_number\\_of\\_mobile](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_number_of_mobile)

<http://www.guardian.co.uk/business/inactive/2005/mar/02/mobile-phones>

<http://www.reuters.com/article/idUSL2712199728070623>

<http://www.mpsolworld.com/world-top-ten/countries-with-highest-ratio-of-mobile-phone-users.html>

<http://www.pewinternet.org/reports/2010/social-media-and-young-adults/part-2/1-cell-phones.aspx?m=1>

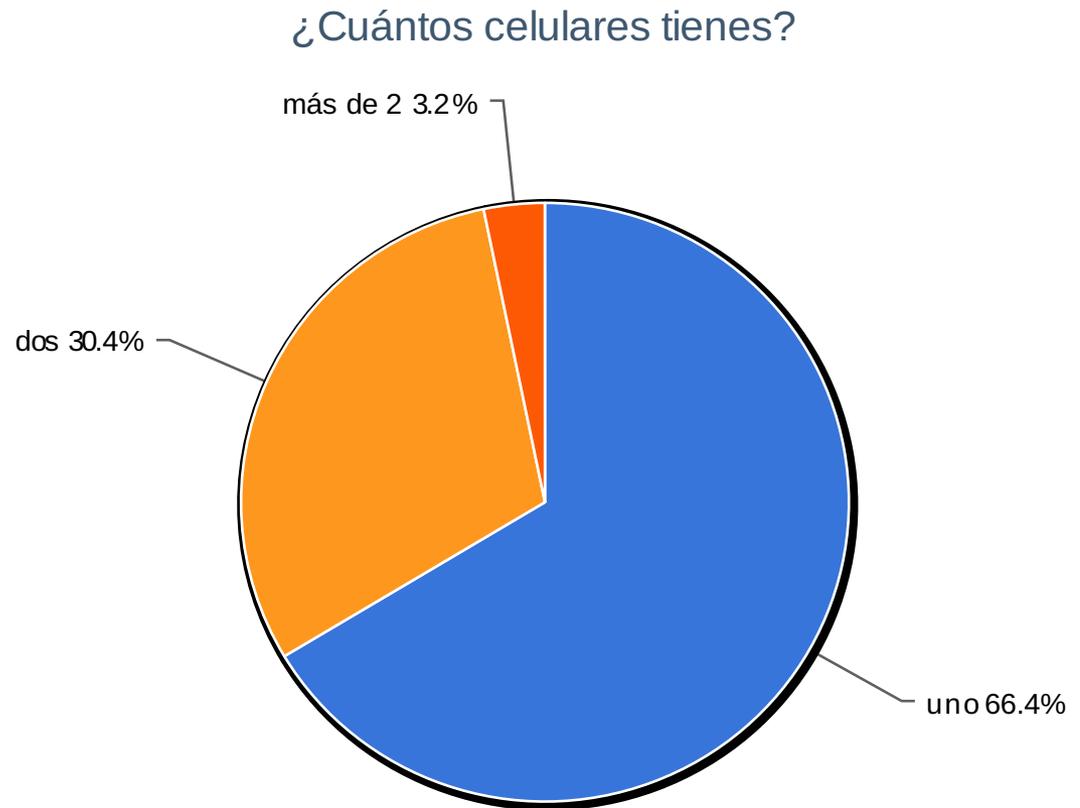
[http://reviews.cnet.com/8301-10970\\_7-10454005-78.html](http://reviews.cnet.com/8301-10970_7-10454005-78.html)

<http://marisapoll.marist.edu/wp-content/misc/us090305/Technology/Have%20Cell%20Phone.htm>

 **Wilson**<sup>®</sup>  
Electronics, Inc.

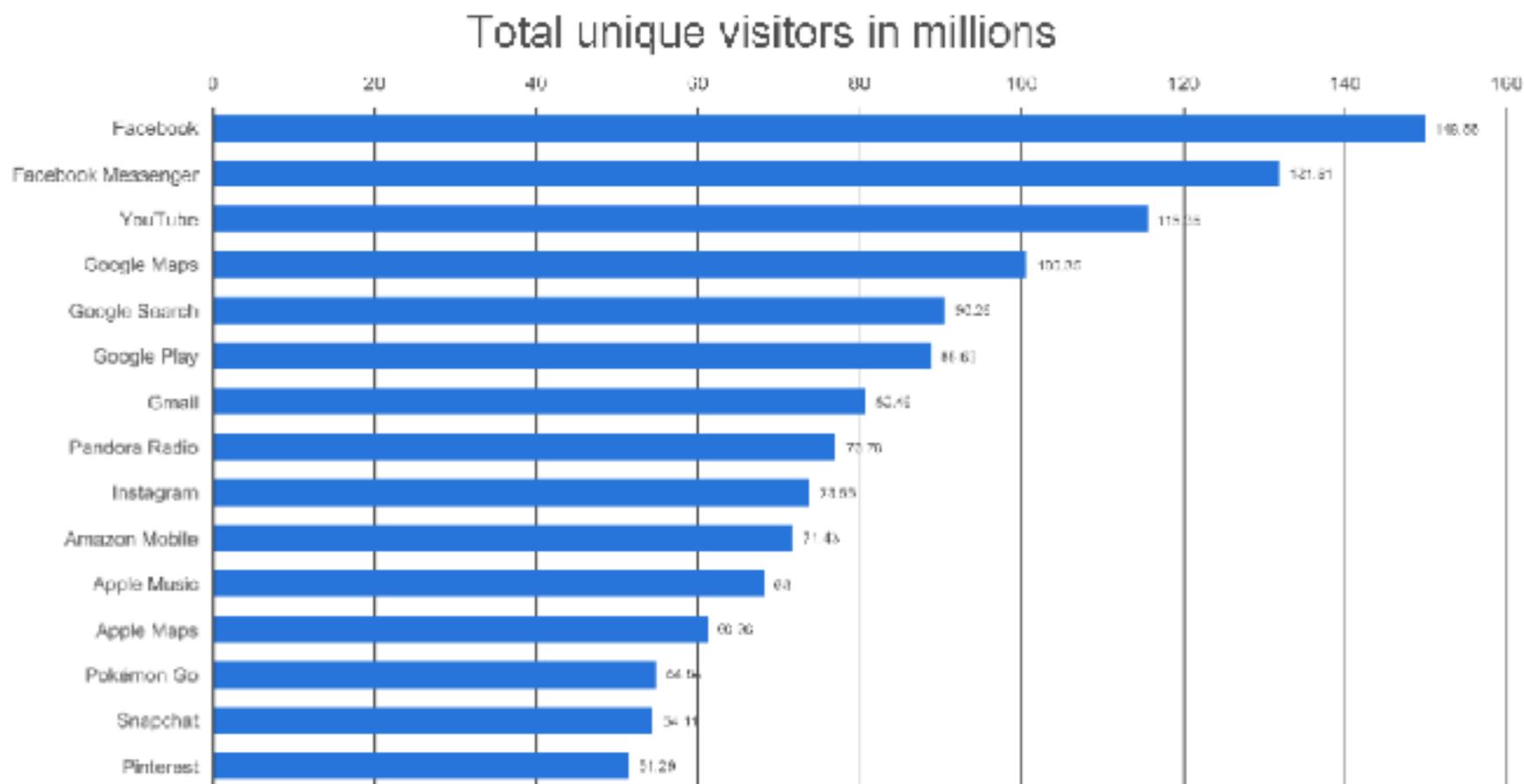
# Tamaño del mercado de aparatos móviles

- Los hombres mexicanos en el **34.3%** de los casos tienen más de un teléfono móvil. Las mujeres sólo el



Leading mobile apps in the United States 2016, ranked by unique visitors

## Most popular mobile apps in the United States as of July 2016, ranked by average unique monthly visitors (in millions)



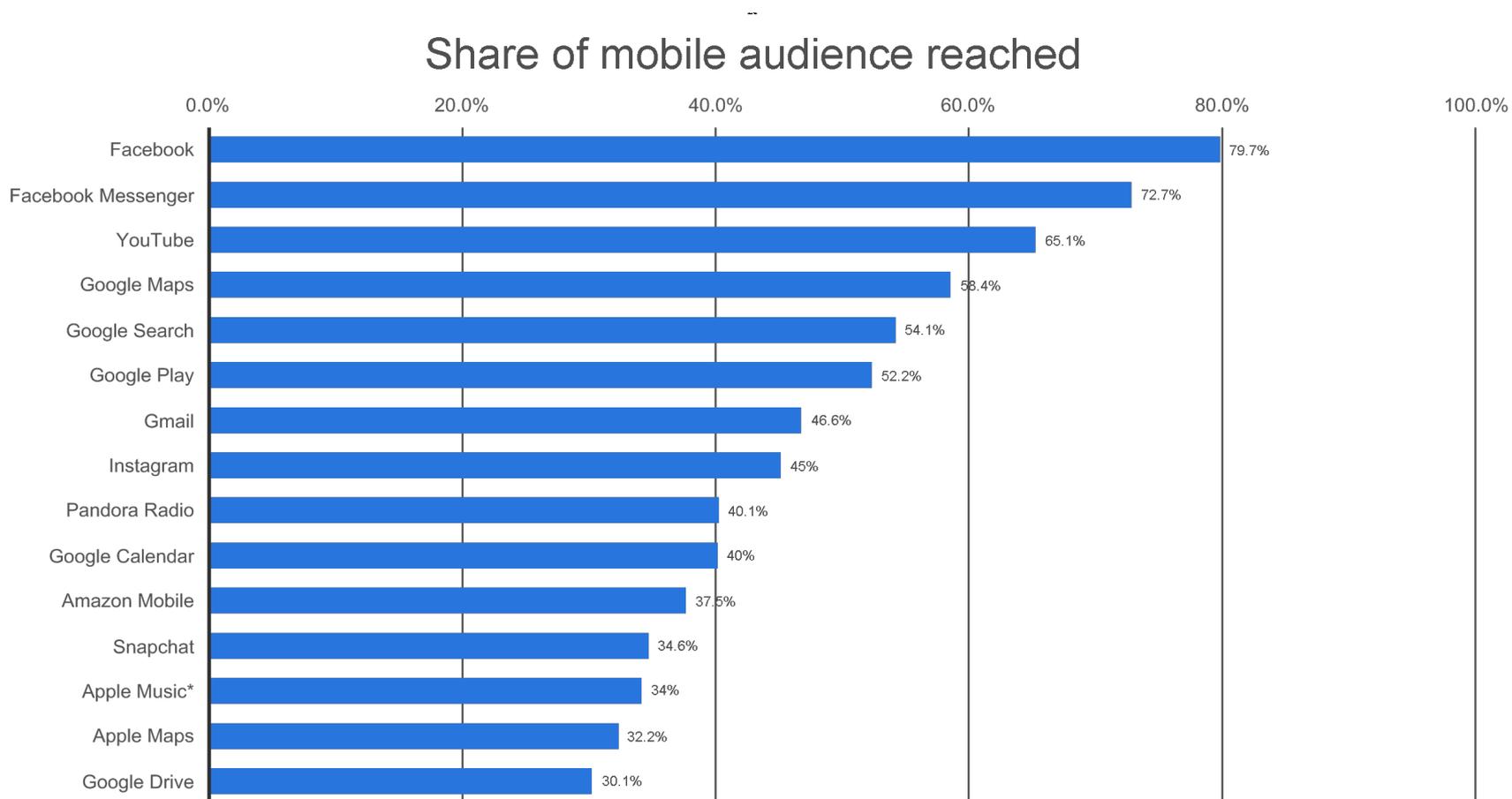
Note: United States; July 2016; 15 years and older

Further information regarding this statistic can be found on [page 71](#).

Source: comScore, TechCrunch; ID: 250862

Reach of most popular U.S. smartphone apps 2016

## Mobile audience reach of leading smartphone apps in the United States as of August 2016



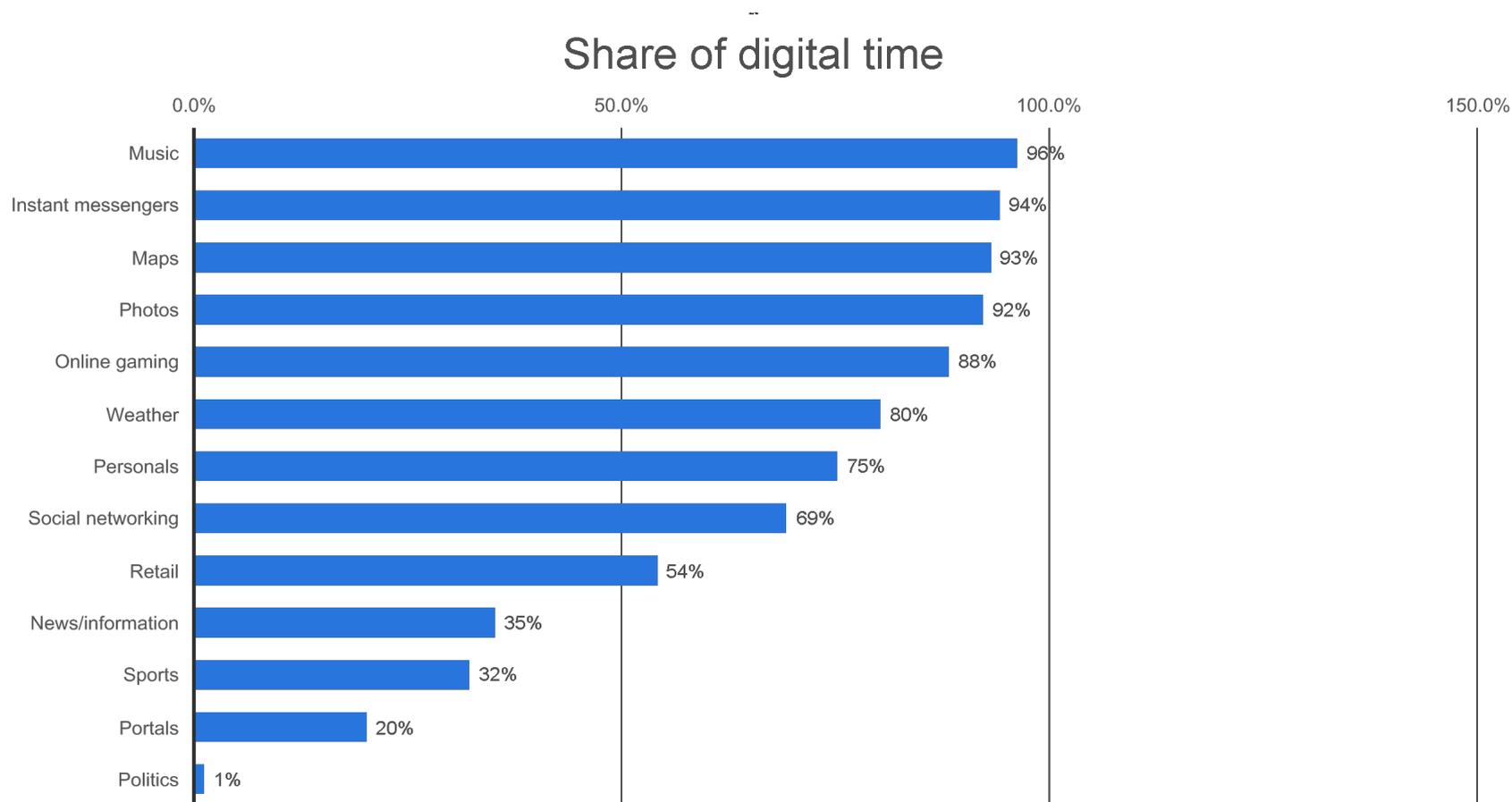
**Note:** United States; August 2016; 18 years and older; iOS and Android platforms

Further information regarding this statistic can be found on [page 72](#).

**Source:** comScore; [ID 281605](#)

U.S. mobile app content category time share 2016

## Mobile app share of total digital time spent on selected content categories in the United States in June 2016



Note: United States; June 2016

Further information regarding this statistic can be found on [page 76](#).

Source: comScore; Applause; [ID 466874](#)

Social media usage during everyday activity planning by U.S. users 2015

## Usage of selected social media apps during the planning of everyday activities according to users in the United States as of October 2015

	Pinterest	Facebook	Instagram	LinkedIn	Snapchat	Tumblr	Twitter
Collecting ideas for projects	83%	24%	23%	11%	11%	35%	18%
Discovering new interests	75%	33%	30%	13%	14%	48%	26%
Pursuing your hobbies	73%	28%	27%	9%	14%	40%	21%
Seeking inspiration	72%	28%	34%	13%	12%	45%	22%
Planning for holidays or parties	70%	34%	19%	6%	12%	16%	15%
Learning more about something that interests you	69%	35%	25%	14%	14%	44%	26%
Expressing your creativity	67%	35%	47%	10%	32%	51%	25%
Planning daily meals	63%	19%	16%	4%	10%	16%	11%
Finding fitness tips	55%	31%	27%	6%	10%	29%	21%
Relaxing	48%	45%	36%	7%	29%	48%	27%
Finding/taking time for yourself	44%	39%	29%	8%	21%	42%	23%
Relieving stress	43%	38%	30%	7%	29%	45%	27%
Planning a vacation	36%	24%	16%	5%	10%	16%	13%
Shopping	32%	23%	19%	5%	9%	14%	13%
Managing work/school projects	27%	21%	12%	18%	12%	13%	13%

**Note:** United States; October 2015; 18 years and older; 5,008; social media users

Further information regarding this statistic can be found on [page 84](#).

**Source:** Ipsos; [ID 255771](#)

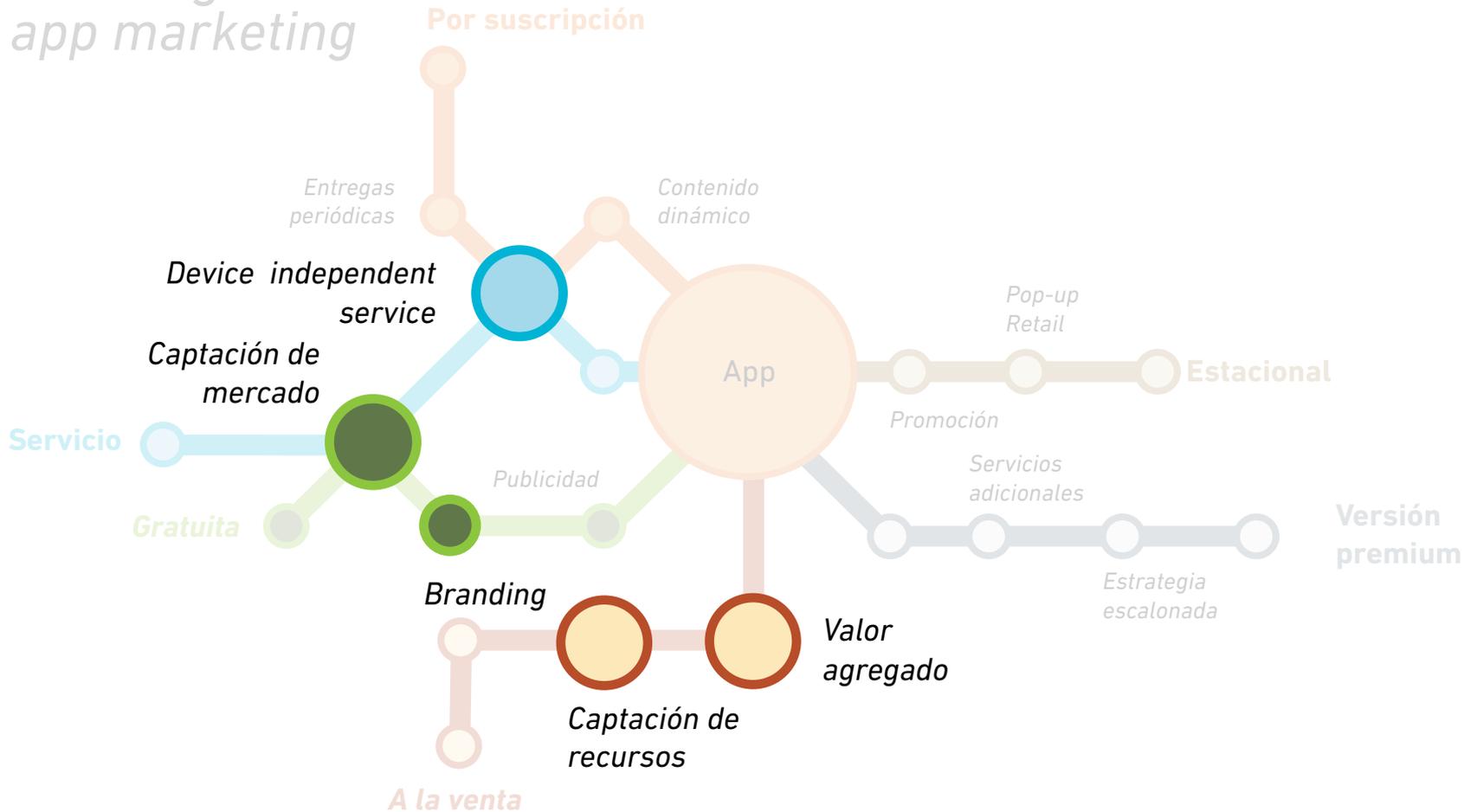
# Definición | Mobile marketing

Es el uso de tecnologías de información móvil para mercadear un producto, contempla el aprovechamiento de mensajes cortos de texto SMS, tecnología RDS y transmisión bluetooth.

# Estrategias de app marketing

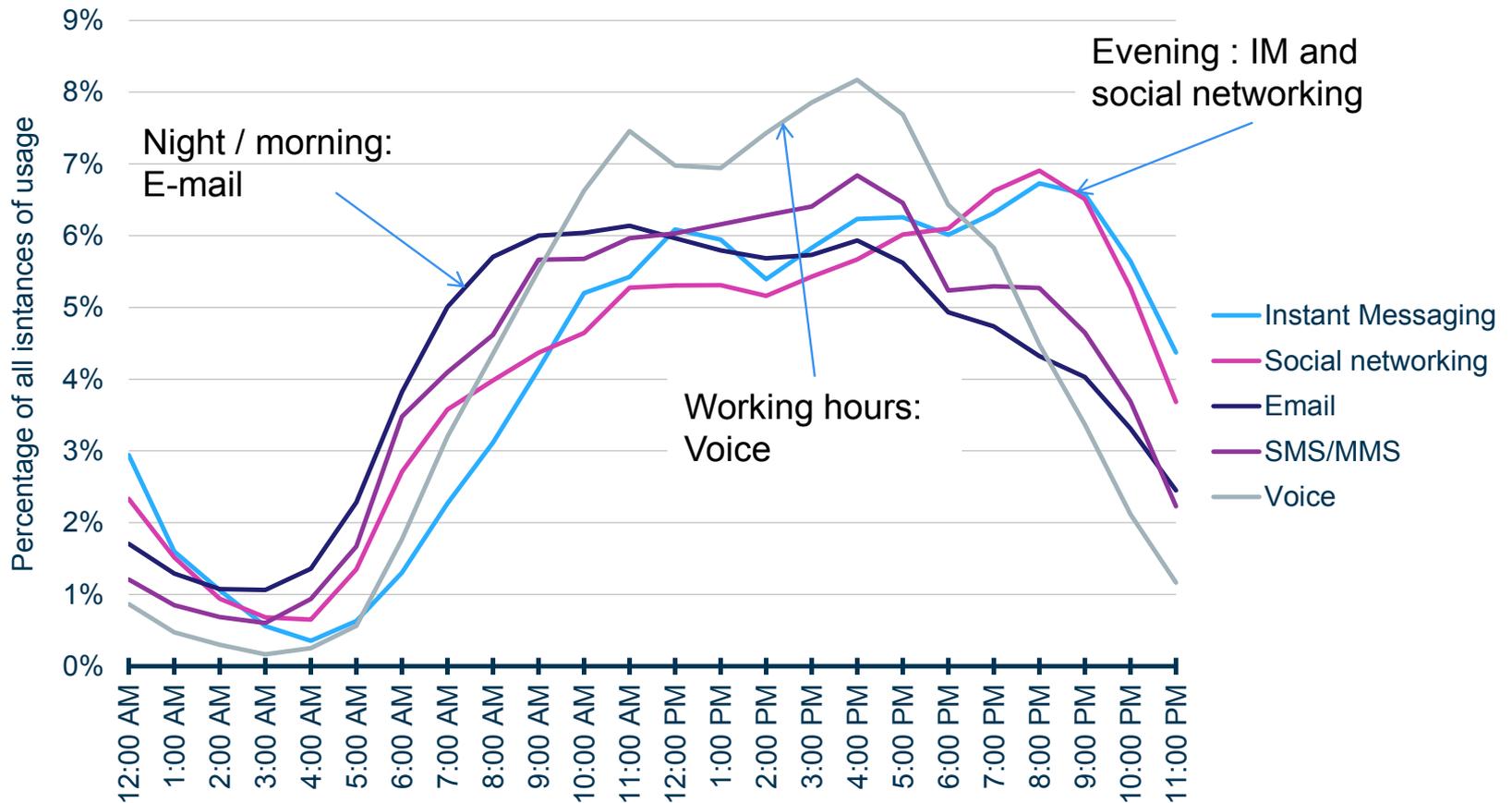


# Estrategias de app marketing

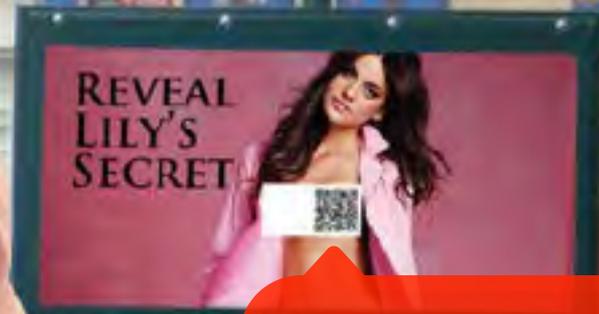


**¿A quién le hablamos?**

# Horarios para mobile marketing



# Casos de estudio

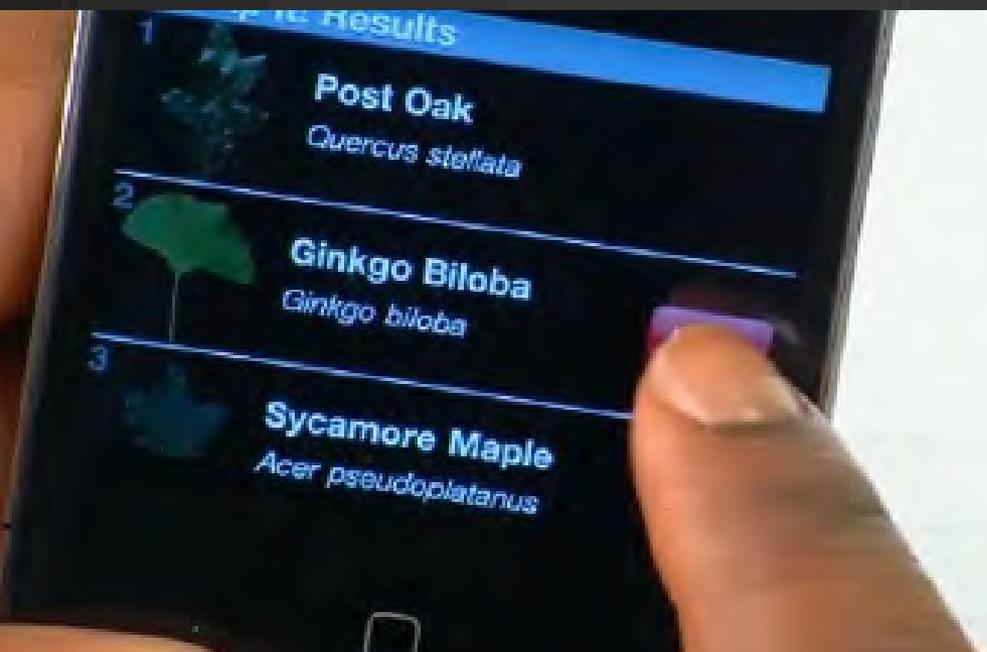


Tagging y QR Codes son objetos visibles e invisibles que dan instrucciones a los usuarios o sus gadgets

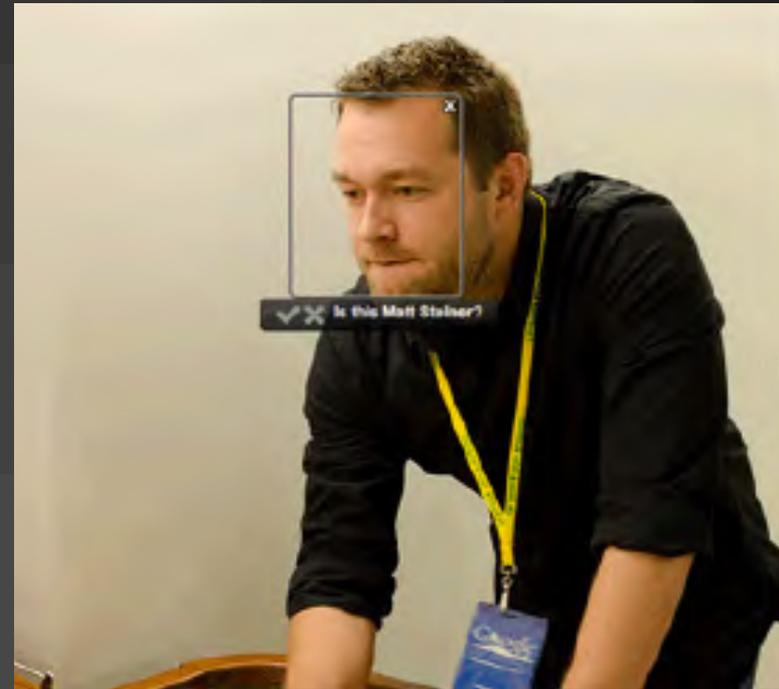
14 Street Union S  
L N R  
Elev NE co  
with or buy MetroCard M  
5:10am-12 M Agen on  
5am-9pm o e ager a

Wordlens,  
Aeropuerto de  
Schipol y Charles de  
Gaulle





# Golfscape, PittPatt and Google



# WhereToGet.It and fashiontag



**Where to get this jacket ?**  
asked by Slanelle 11 days ago

50€ at [zara.com](http://zara.com)



\$414 at [my-wardrobe.com](http://my-wardrobe.com)



*Une inconnue, Paris, novembre 2010*  
Picture source : <http://www.garancedore.fr/>

**WORD NU FAN VAN FLAIR EN "FAS"**  
> Klik op Like bovenaan deze pagina.



kleedje / robe



9:47 AM

49



# Native Advertising

**Una estrategia de native advertising implica que el contenido es generado por un equipo creativo dentro del medio. En pocas palabras se trata de una estrategia editorial, creativa y comercial que se publicará en el medio creador a cambio de una remuneración. Lo más interesante de las estrategias de native advertising es que no necesariamente harán referencia a la marca que la contrató, en muchos casos se puede hablar del concepto solamente.**

**Según John Wilpers de Innovation Media Consulting las estrategias de native advertising tienen el objetivo de crear “thought leaders”.**

# ¿Cuánto cuesta?

- El costo de este tipo de estrategias es naturalmente mayor a una campaña de display advertising tradicional.
- Crear el contenido a la medida de la marca requiere una consultoría de branding en la que un editor se inserta en la operación del cliente con el fin de crear algo que comunique los valores y conecte con el consumidor.
- Es difícil poner un precio a este tipo de acciones, no es posible cuantificar por artículo publicado, tampoco pensar en alcance es práctico.

	<b>Descripción</b>	<b>Responsable / Creador</b>
Boletín de prensa	Notificar a medios de asuntos relevantes de un negocio	Agencia de RP / Departamento Interno de Comunicación
Publirreportaje	Promover contenido referente a la marca que tiene el objetivo de informar	Agencias de comunicación / Departamento de Marketing
Content marketing	Contenido creado o pagado por la marca que busca convertir clientes a través de información. Estrategia integral de contenido incluye whitepapers, posts en social media, conferencias y artículos	Agencias de Content / Community Managers
Native advertising o branded content	Contratación de una estrategia de contenido, es creada por el medio con indicación de que se trata de contenido editorial comercial.	Departamento creativo del medio de comunicación en conjunto con la marca



SPONSOR CONTENT

What's this?



## As Big Data Grows, a New Role Emerges: the Chief Data Officer

Adding this new position to the C-Suite will help companies utilize Big Data to gain a competitive advantage.

David Laverty, Vice President Marketing, Big Data and Analytics, IBM | Mar 17, 2014

 Recommend 40  Tweet 85  Share 42  8+1  7



### Innovator Chat:

Improving the Customer Experience with Big Data

Now Live

Inhi Cho Suh,  
Vice President of Big Data for IBM



BIG DATA AND THE CUSTOMER EXPERIENCE REVOLUTION



- PAID POST
1. Best, Brightest and Rejected: Elite Colleges Turn Away Up to 95%
2. Experts Find a Door Ajar in an Internet Security Method Thought Safe
3. DAVID BROOKS What Suffering Does
4. A Little Pizza Homework
- 5.

PAID FOR AND POSTED BY DELL



## Will millennials ever completely shun the office?

January 8, 2014



WRITTEN BY  
 Kim Anderson

SHARE



No workplace topic these days, it seems, is as studied, discussed and dissected

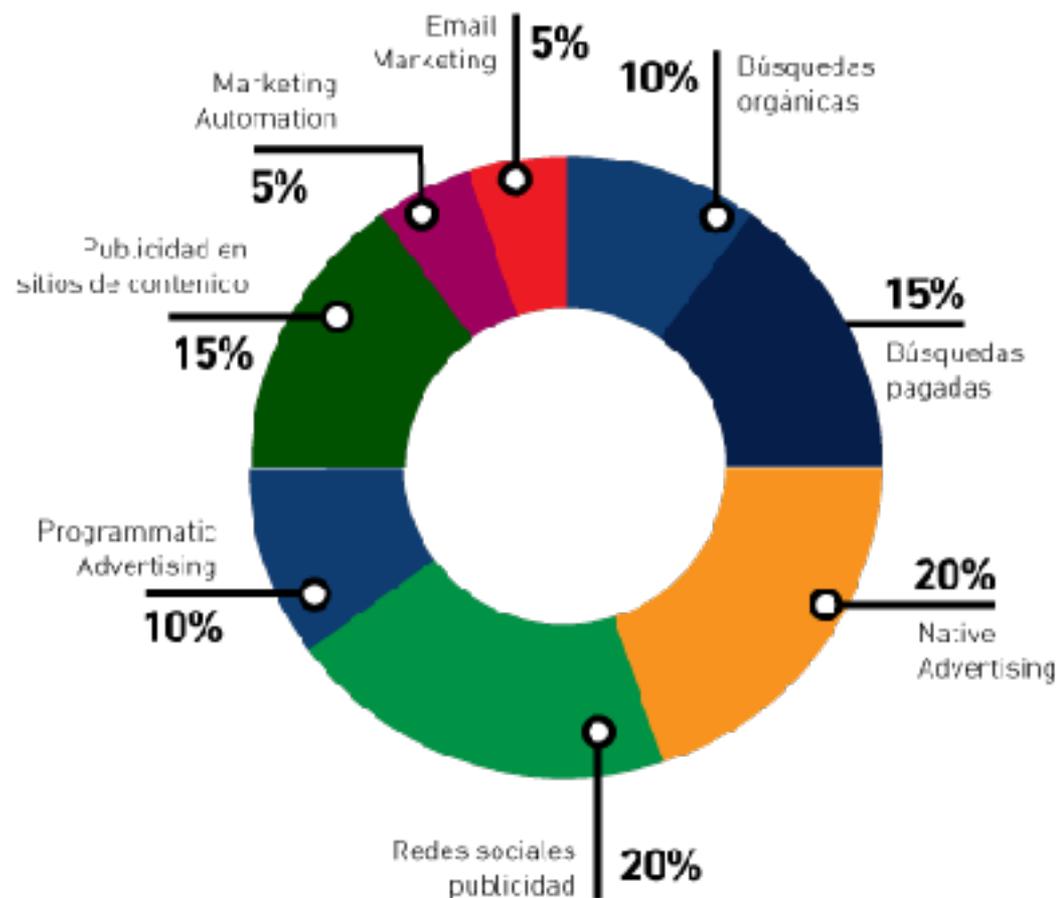
### More paid posts from Dell

- Can the government become entrepreneurial?**  
By Michael Keller  
House legislation calling for entrepreneurs-in-residence at federal agencies aims to reform the bureaucracy.
- Reaching across the office from marketing to IT**  
By Kathryn Doyle  
As customer databases grow, chief marketing and chief information officers are collaborating more often.
- For women entrepreneurs, mentors help bridge the gap**  
By Giovanna Fabiano  
VenueBook founder Kelsey Recht said it's important that women tech entrepreneurs find women mentors.

# Plan de medios

# Plan de Medios *Online*

Porcentaje del presupuesto publicitario



Fuente: Avaro Ratt nger  
<http://www.twitter.com/varu2B>

4

Medir la  
tasa de  
conversión

## Creación de conversión en *web*



Total de  
visitantes



Tasa de conversión  
Porcentaje  
promedio  
de conversión



Transacción

Consumidores

4

Medir la  
tasa de  
conversión

## Creación de conversión en *web*

$$\text{Total de visitantes} \left( \begin{array}{l} \text{Tasa de conversión} \\ \text{Porcentaje} \\ \text{promedio} \\ \text{de conversión} \end{array} \right) = \text{Consumidores}$$



4

Medir la  
tasa de  
conversión

## Creación de conversión en *web*

Estrategia de  
publicidad y  
promoción

Estrategia de  
user experience

$$\text{Total de visitantes} \left( \begin{array}{l} \text{Tasa de conversión} \\ \text{Porcentaje} \\ \text{promedio} \\ \text{de conversión} \end{array} \right) = \text{Consumidores}$$



---

# BRANDING DIGITAL

---

## CONGRESO NACIONAL DE MERCADOTECNIA

Para cada *banner* y *keyword* se crearon opciones de optimización perimetral. Con el fin de aprovechar no sólo el término exacto sino inmediato más cercano por igual.



GENERACIÓN  
DE ARTE



ANÁLISIS  
PÚBLICO  
OBJETIVO

Se realizó un análisis del público objetivo con el fin de establecer los detonadores de compra y los mejores horarios de ejecución. El análisis incluyó cortes demográficos y geográficos.

44.3%  
NUEVAS  
VISITAS

77K  
VISITAS  
AL SITIO

 TRACKING  
Y ENTREGA

En el proceso de entrega de anuncios se ejecutó un proceso de tracking y análisis para implementar una estrategia de retargeting y acompañar al comprador en su navegación posterior.

estrategia de *retargeting* con el fin de ayudar al proceso de ventas en el *midfunnel*. La estrategia permitió reducir el costo global de la campaña y subir el CTR del esfuerzo en su conjunto.

 RETARGETING

500K  
IMPRESIONES

 AJUSTE Y  
IMPLEMENTACIÓN

Al final del ciclo se revisó la estrategia y ajustó el esfuerzo para iniciar de nuevo el proceso de venta. El proceso se corrió cuatro veces durante la vida de la campaña.

 ANÁLISIS  
RESULTADOS

Los resultados se revisaron en tiempo real y se ajustó la entrega de artes de manera automática para optimizar el CTR y tráfico al sitio web.

+1.5 MILLONES  
DE EMAILS



4

## Medir efectividad

### Preguntas

- ¿Tenemos forma de contacto en el sitio?
- ¿Cuántos clics hay entre el inicio y el final de la compra?
- ¿Medimos cuántos leen cada pieza de información?
- ¿Damos seguimiento a los clics en nuestro sitio web / campañas?

### Ejercicio

- Incluir una forma de contacto
- Medir incidencia de ventas
- Incluir teléfono en el homepage
- Crear url tracking
- Crear un dashboard

# Creación de conversión en *web*



Total de visitantes



Tasa de conversión  
Porcentaje promedio de conversión



Transacción

Consumidores

# Creación de conversión en *web*

$$\text{Total de visitantes} \left( \begin{array}{l} \text{Tasa de conversión} \\ \text{Porcentaje} \\ \text{promedio} \\ \text{de conversión} \end{array} \right) = \text{Consumidores}$$



# Creación de conversión en *web*

Estrategia de  
publicidad y  
promoción

Estrategia de  
user experience

$$\text{Total de visitantes} \left( \begin{array}{l} \text{Tasa de conversión} \\ \text{Porcentaje} \\ \text{promedio} \\ \text{de conversión} \end{array} \right) = \text{Consumidores}$$



# URL tracking

TON  
004 LAPS



*Beat it, and it runs your new best time.*

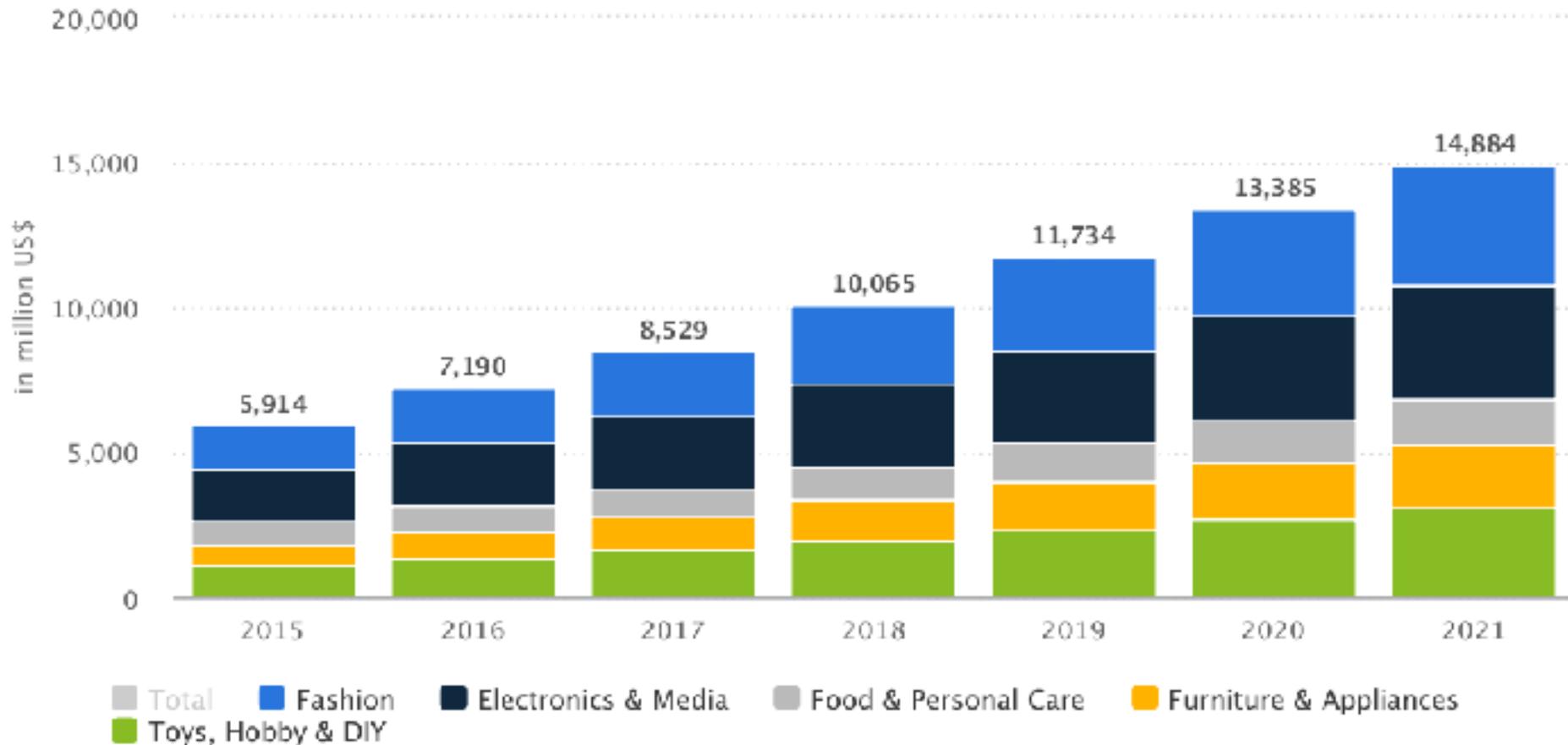
# ***e-Commerce***

# e-Commerce México

- En México los ingresos de eCommerce sumarán en 2016 9,446 millones de dólares una cifra importante si se compara con otros países del continente; por ejemplo, la Unión Americana acumulará 313,980.5 millones de dólares y la Argentina 6,353 millones de dólares. En México para el 2020 se espera que el segmento de venta de ropa y calzado en línea valdrá 4,904 millones de dólares seguido por bienes electrónicos.

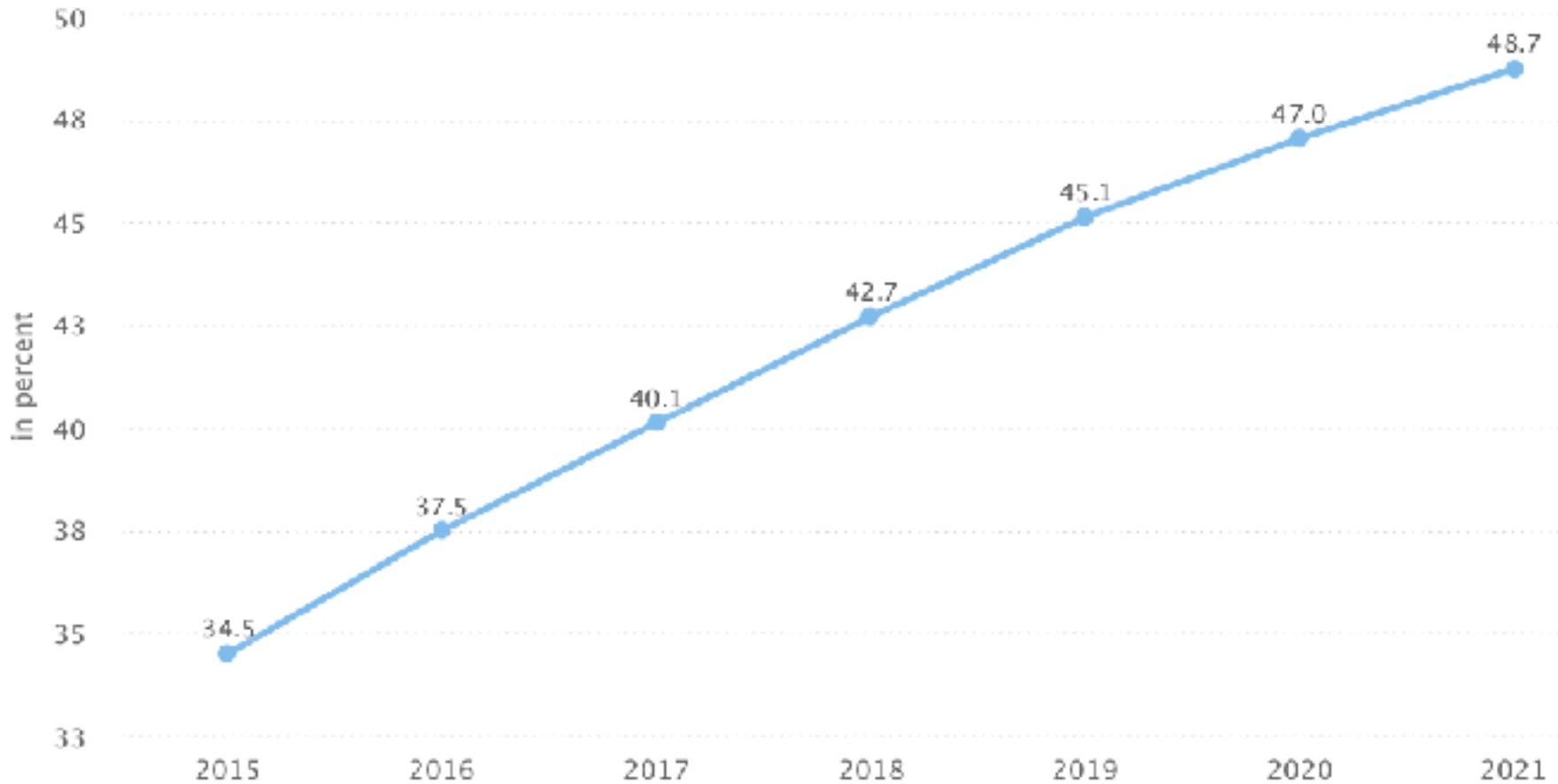
# Revenue in the e-Commerce market

in million US\$ (Mexico)



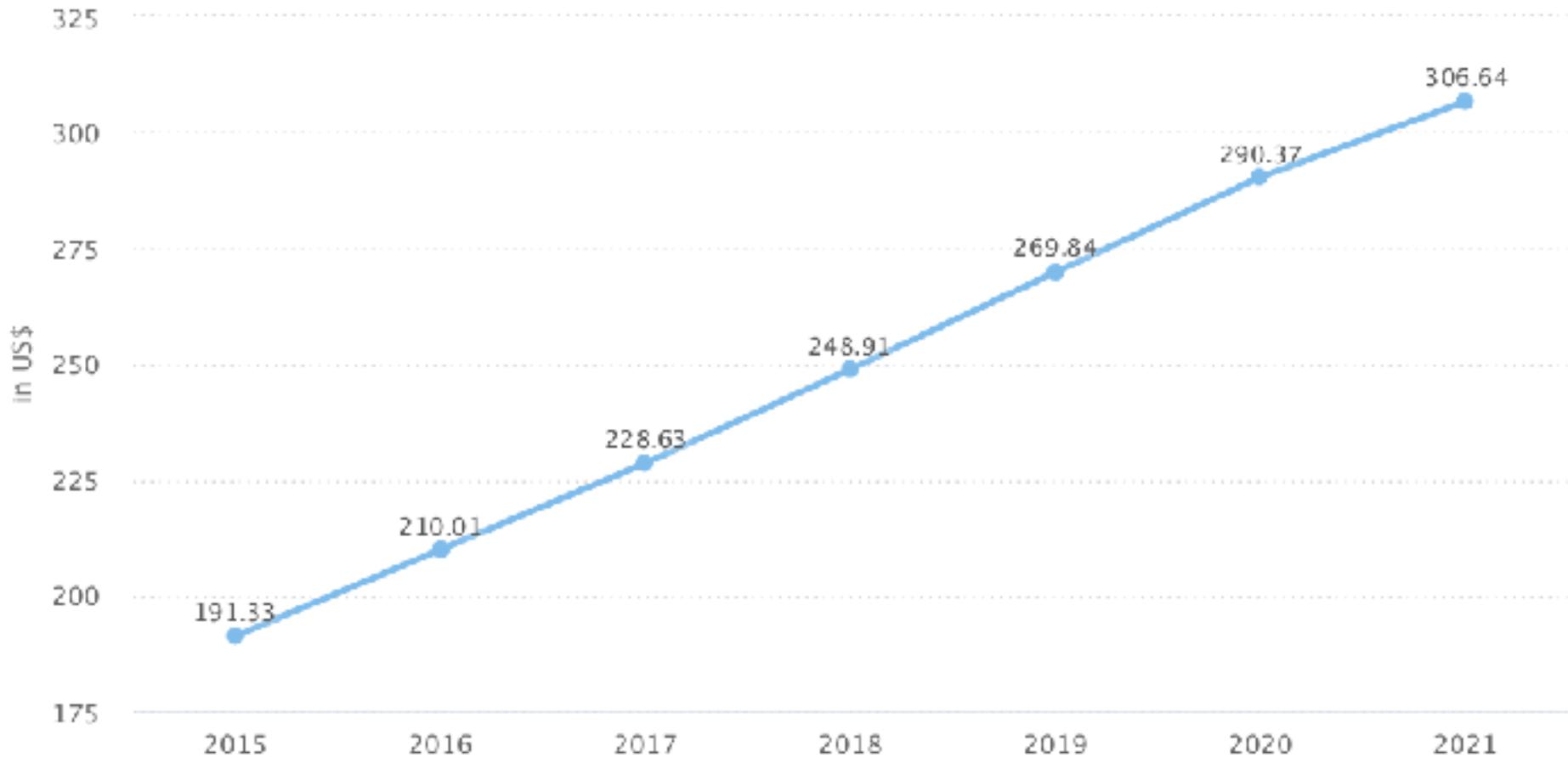
# Penetration Rate in the e-Commerce market

in percent (Mexico)



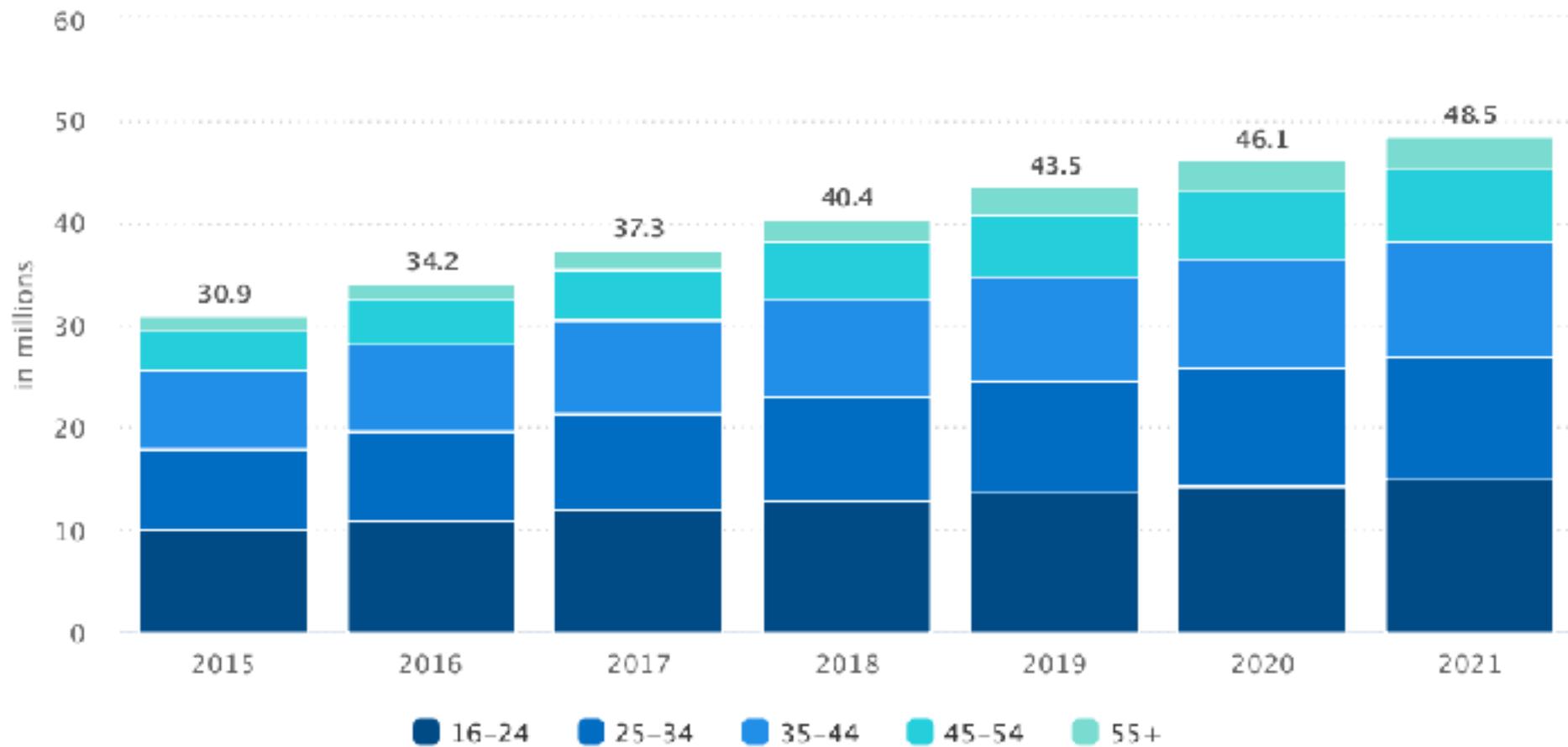
# ARPU in the e-Commerce market

in US\$ (Mexico)



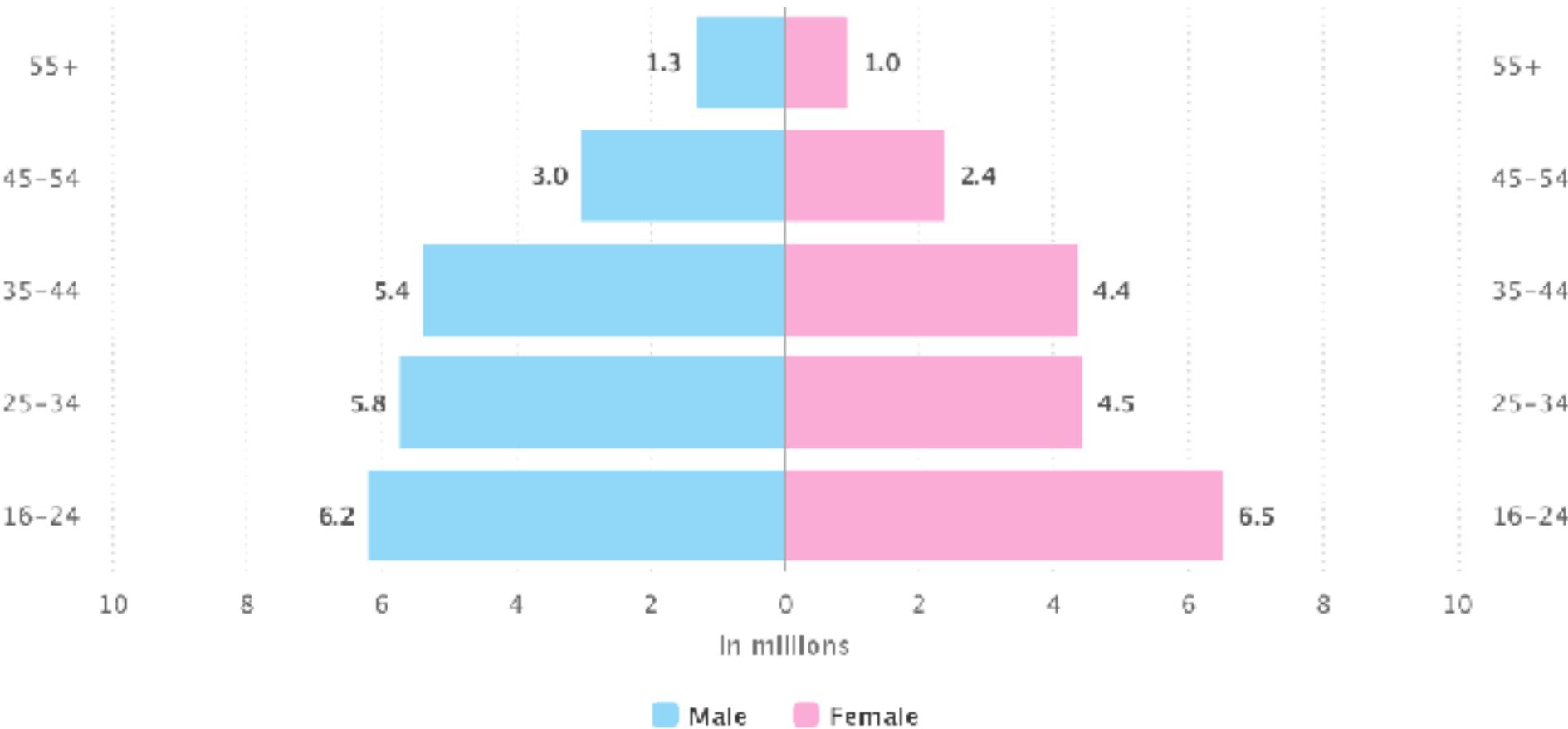
# User by Age Groups in the e-Commerce market

in millions (Mexico)



# User by Age Groups and Gender in the e-Commerce market

in millions in 2018 (Mexico)



# There are many product-specific big players in addition to large all-encompassing platforms

## Key players by segment and business model

Key Player	Fashion	Electronics & Media	Food & Personal Care	Furniture & Appliances	Toys, Hobby & DIY
<b>Market Places</b>					
<b>Online Retailer</b>					
<b>Direct Seller</b>					

# Transparency and simple processes are most important for online shopping delivery

## *Most important aspects of online shopping delivery for customers*



# Conclusiones

---

# **De reacción y prevención a predicción.**

---

# **Acciones de segmentación más sofisticadas.**

---

**Sin  
intermediarios.**

---

**Auditar y medir será  
más complicado.**

# Bibliografía

- Thinking Fast and Slow  
*Daniel Kahneman*
- The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains  
*Nicholas Carr*
- The Glass Cage  
*Nicholas Carr*
- You Are Not a Gadget: A Manifesto  
*Jaron Lanier*
- Empire of Illusion: The End of Literacy and the Triumph of Spectacle  
*Chris Hedges*
- Tribes: We Need You to Lead Us  
*Seth Godin*
- The Innevitable  
*Kevin Kelly*

# Sitios de referencia

## Webforms y administración de formas

<http://www.formstack.com>  
<http://www.wufoo.com>

## Referrals y administración de recomendaciones

<http://www.zferral.com>  
<http://www.referralsaasquatch.com>

## Big Data y administración de tablas

<http://www.datameer.com>  
<http://www.google.com/fusiontables>

## Análisis multivariable

<https://www.optimizely.com>  
<http://visualwebsiteoptimizer.com>  
[http://monetate.com/products/prediction/?utm\\_source=M-PR-LivePredict-080813](http://monetate.com/products/prediction/?utm_source=M-PR-LivePredict-080813)

## InStore Tracking

<http://euclidanalytics.com>

## Socialmedia Dashboard

<http://www.geckoboard.com>

## Comparar usuarios de twitter

<http://twiangulate.com/search/>

## Marketing automation

<http://www.infusionsoft.com>  
<http://www.hubspot.com>

## Dashboards

<http://www.geckoboard.com>  
<http://www.ducksboard.com>

## Analytics

<http://www.chartbeat.com>  
<http://www.piwik.com>  
<http://www.gosquared.com>

# Gracias

**alvaro@merca20.com**

**en twitter: @varu28**

**T. 5516-2346**

**F. 5276-0232**

**algunos sitios de referencia:**

**[www.vuelodigital.com](http://www.vuelodigital.com)**

**[www.informabtl.com](http://www.informabtl.com)**

**[www.merca20.com](http://www.merca20.com)**

Recursos: [adcritic.com](http://adcritic.com); [publitv.com](http://publitv.com);  
[merca20.com](http://merca20.com); Revista Merca2.0; Revista  
InformaBTL; The Zymann Group