

**¿Cuál es el  
Ecosistema  
Digital de su  
empresa?**



**I·V·E·X**

News Corp

# **EL MARKETING DIGITAL COMO NUEVA HERRAMIENTA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN**

anetcom

# Introducción

- 1. ALGO ESTA CAMBIANDO**
- 2. ¿CÓMO ESTÁ CAMBIANDO EL CONSUMIDOR?**
- 3. EL MUNDO SE HACE MÁS DIGITAL**
- 4. EL ENTORNO Y EL CONSUMIDOR**

# Algo esta cambiando

✓ **ESPERANZA DE VIDA DE LAS EMPRESAS EN EL ÚLTIMO ¼ DE SIGLO**

HA PASADO DE ¡43 a 14 AÑOS!

✓ **LOS CAMBIOS DE 2000 A 2020 SERÁN EL EQUIVALENTE A LOS OCURRIDOS ENTRE 1800 Y 2000...**

# Algo esta cambiando

- **Revolución Digital**

**más sorda que otras revoluciones, sin embargo, avanza a gran velocidad. Tres son los principales motivos:**

**1. PLENA CONECTIVIDAD**

**2. CAIDA DE LOS COSTES**

**3. MENOR COSTE DE ALMACENAMIENTO DE INFORMACIÓN**

# Algo esta cambiando

## 1 PLENA CONECTIVIDAD

6.000 Mill Personas en el mundo

1.400 Mill PC's

3.000 Mill Móviles



X 50

**Pronto accederemos a Internet desde cualquier lugar y desde cualquier dispositivo!**

# Y seguirá cambiando! la población de Internautas en el mundo llegará a 1,500 Mill

En 2011 el 24.6% de la población mundial tendrá acceso a Internet.



# Algo esta cambiando

## 2 CAIDA COSTES DE PRODUCCIÓN

Suele producirse en todas las Revoluciones industriales

**Escalabilidad:** somos capaces de producir

Más

Mejor

Más Barato

# Algo esta cambiando

## 3 MENOS COSTES ALMACENAMIENTO

Cuesta menos almacenar en espacios virtuales:

- Se reduce a la  $\frac{1}{2}$  cada año
- En 2019 en un “Smartphone” podremos tener toda la información que haya en el mundo:

Toda la música  
Todos los libros  
Todos los vídeos  
Todos los periódicos

...

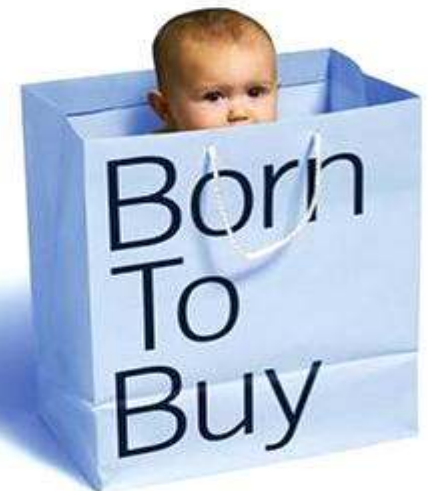
**¡TODO EL CONOCIMIENTO!**

CÓMO está cambiando el Consumidor?

**ENTENDER A NUESTRO  
CONSUMIDOR ES  
ENTENDER EL FINAL DE  
NUESTRA CADENA DE  
VALOR**

- Aunque estemos en negocios B2B (Business to Business)

Ejemplos: Dell Computer, Hofmann, etc...



# Grandes cambios en nuestras vidas...

- en la forma de relacionarse con las marcas y socialmente...
- de conseguir trabajo
- de operar con el banco
- de comunicarse
- de informarse
- de comprar
- de trabajar
- de jugar



lo mas importante es que  
**SOMOS PROTAGONISTAS** de este cambio.

# CÓMO está cambiando el Consumidor?

**En Internet crece:**

- Necesidad de informarse y de estar informado
- Necesidad de comunicarse
- Necesidad de entretenerse
- Y... el Comercio Electrónico



# CÓMO está cambiando el Consumidor?

**Alexa**  
The Web Information Company

Home Top Sites Site Info What's Hot Toolbar For Site Own

Global By Country By Category  Search

**Top Sites in Spain**  
The top 100 sites in Spain.

- 1 google.es**  
Buscador que enfoca sus resultados para este país y a nivel internacional tanto en castellano, ... More  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 2 facebook.com**  
A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and ... More  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 3 youtube.com**  
YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your... More  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 4 google.com**  
Enables users to search the Web, Usenet, and images. Features include PageRank, caching and tra... More  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 5 live.com**  
Search engine from Microsoft.  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 6 blogger.com**  
Free, automated weblog publishing tool that sends updates to a site via FTP.  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 7 yahoo.com**  
Personalized content and search options. Chatrooms, free e-mail, clubs, and pager.  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 8 marca.com**  
La mejor información deportiva en castellano actualizada minuto a minuto en noticias, videos, f... More  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 9 wikipedia.org**  
An online collaborative encyclopedia.  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 10 msn.com**  
Dialup access and content provider.  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 11 tuenti.com**  
Propone a sus miembros ponerse en relación, compartir datos y comunicarse entre amigos. Eventos... More  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶
- 12 elmundo.es**  
Incluye todas las secciones y suplementos de este diario. Además apartados especiales sobre lib... More  
★★★★★ Search Analytics Audience ▶

Búsqueda información

Comunicación, Ocio, Entretenimiento, etc...

Qué opinamos de todo esto?

**No nos puede dar igual**

el mundo está cambiando a gran velocidad  
y se está convirtiendo en un

**¡Mundo Digital!**



# El Mundo se hace más Digital



80 % |  
**USUARIOS  
COMPARAN  
ANTES  
COMPRAR**



5 % |  
**BANDA  
ANCHA**  
Hogares



22 Mill |  
**PERSONAS  
CONECTADAS  
INTERNET**



15 h |  
**VIDEOS  
SUBIDOS  
CADA HORA**



1 de 3 |  
**USUARIOS  
ACTIVOS  
OPINANDO**

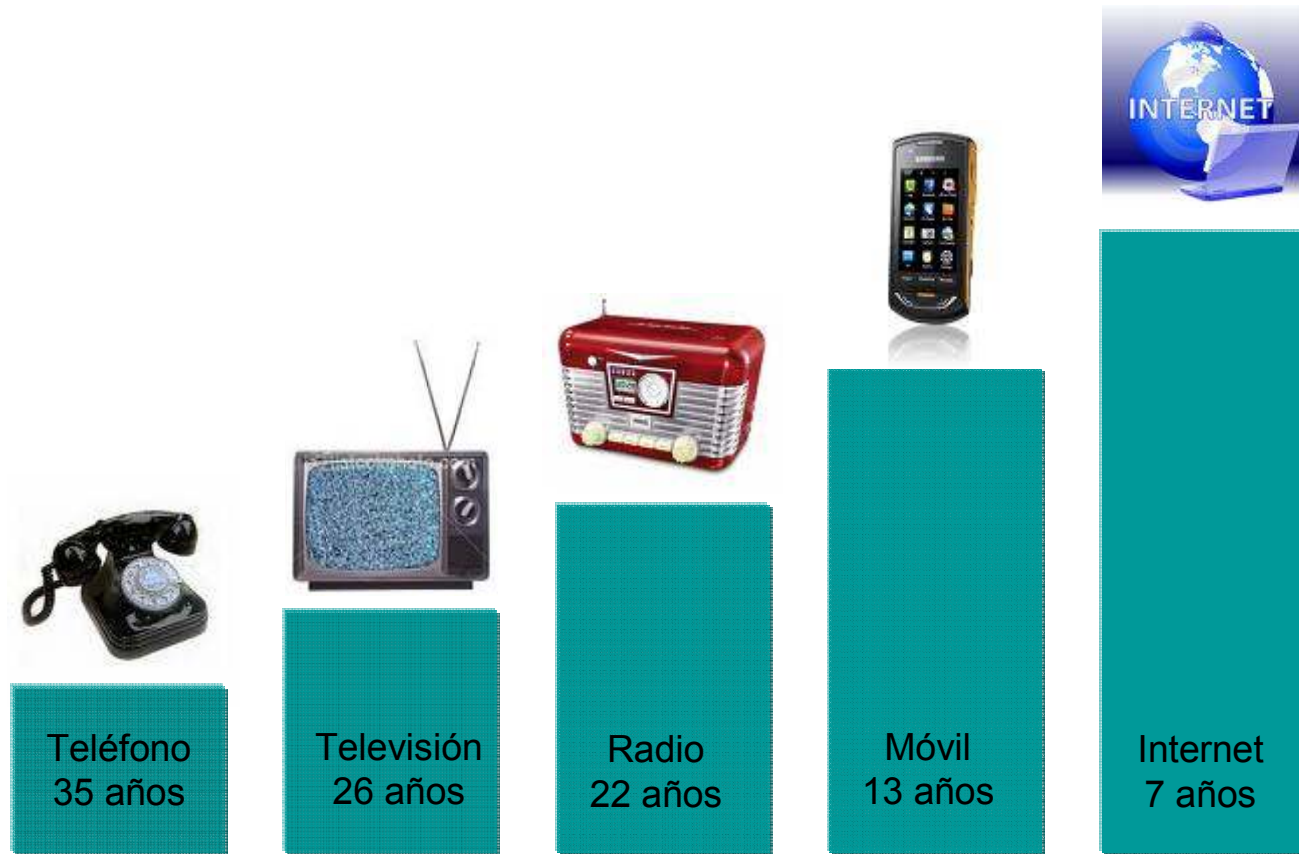


39 % |  
**CRECIMIENTO  
eCOMMERCE**



5 M a 9 M |  
**CRECIMIENTO  
USUARIOS**

# Internet es el medio con la tasa de adopción más alta en la historia



En el mercado más grande del mundo, estos son los años que le toma a cada medio alcanzar a  $\frac{1}{4}$  de la población de los EE.UU.

# Breve ejemplo...

Telefónica y Movistar, Movistar y Telefónica

Desde ahora a todos los productos de Telefónica los llamamos Movistar

Si quieres obtener información institucional sobre Telefónica has llegado al sitio correcto.

[Haz clic aquí](#)

*Telefónica*

**M movistar**

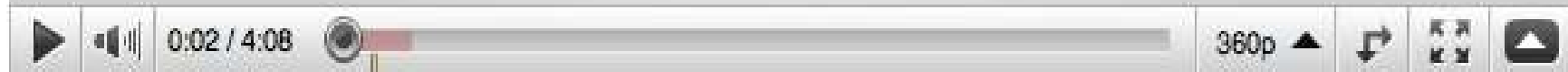
Fijo Móvil Internet Televisión

**M movistar**

Fijo Móvil Internet Televisión

- [Vídeo](#)

# LA REVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES



# Adaptación al ecosistema

- Medio digital
- Medio online
- Consumidores
- Fronteras



# Medio digital

- Cuando una idea o tendencia empieza a resultar aburrida y un tanto vacía de contenido para los pioneros en dicho campo, se debe a que posiblemente ha alcanzado ya la madurez suficiente para ser aceptada y utilizada por el usuario medio.

# Medio digital



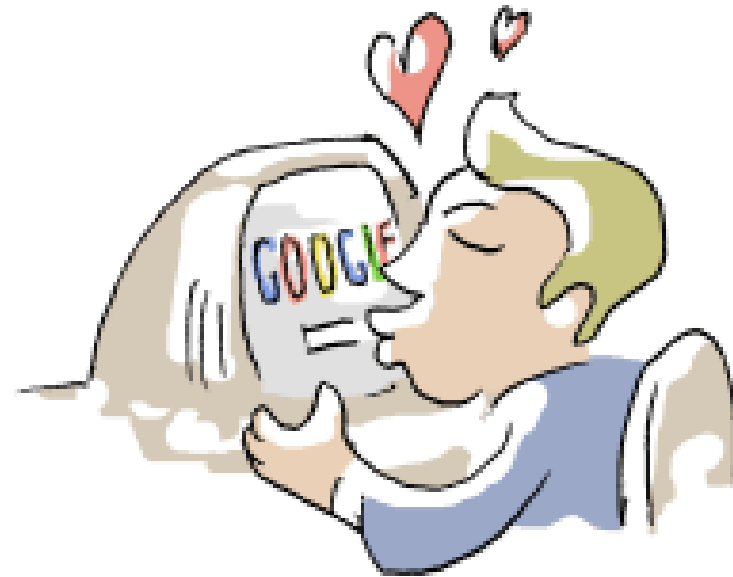
# Medio online

Conviene entender en primer lugar, de forma clara, que Internet es una tecnología.



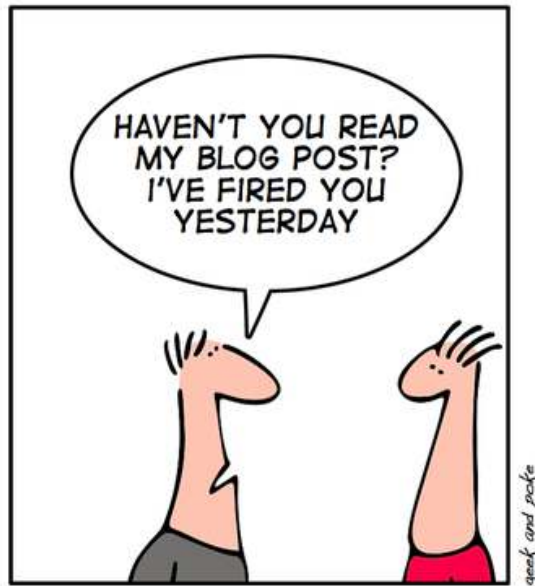
# Entrar en Internet

- Tecnologías fundamentales
- Buscadores
- Marketing Viral
- Redes Sociales



# Tecnologías fundamentales

*HOW TO USE WEB 2.0 IN THE ENTERPRISE*



*PART 1:  
COMMUNICATE WITH YOUR EMPLOYEES*

- Cualquier empresa que se plantee entrar en Internet debe tener claro cuáles son las herramientas que ofrece "esto" llamado Internet para aplicarlas correctamente.

## Buscadores

El enlace patrocinado es la herramienta más efectiva para vender en Internet. Ha sido lo que realmente ha solucionado el problema de la venta a través de Internet.



# Marketing Viral

- El marketing viral es un método de marketing que se basa en el boca a boca.



# Marketing Viral

- Con más de 4.000.000 visitas recibidas, la campaña de marketing viral de Quilmes para el Día del Amigo logró un objetivo impensado: conseguir casi tantas visualizaciones como el video pornográfico de la (ahora ex) participante de High School Musical Argentina, María Fernanda Telesco, que explotó en Internet.

- *El marketing y la publicidad viral a través de las redes sociales le permite a quien lo realice ya sean grandes empresas o Pymes, incrementar la visibilidad de su marca y competir con mayores ventajas entre las que se cuentan focalización del público, mayor alcance, la personalización y algo fundamental como lo es el diálogo o interacción con los usuarios. Otro punto importante es que este tipo de marketing no riñe con el tradicional por lo que pueden incluirse.*

# Redes Sociales

VÍDEO

# Consumidores

- El consumidor 2.0 cada día usa móviles, redes sociales, iPods, sms, mensajes Instantáneos, cámaras digitales, etc. Nuestro consumidor ya es un experto en las comunicaciones, mas aun, generador de contenido, ya que por medio de Flickr, Facebook, Twitter, Blogs, entre otros, cualquiera puede comunicar.







# Fronteras

- Nuevas realidades
- Nuevos modelos de negocio
- ¿Por qué modelos de negocio nuevos?
- Aprovechar el poder de la diversidad
- Empresa extendida
- Poder de Internet
- Papel de los inversores de capital riesgo



# Nuevas Realidades

- "Cualquier recesión o recuperación de un importante mercado crea reflejos de la noche a la mañana en otros mercados. El mundo digital obliga a las empresas a reaccionar a los cambios y darles las herramientas con las que ir por delante de él" Bill Gates



# Nuevos modelos de negocio

- En el sentido más básico, un modelo de negocio es el método de hacer negocios mediante el cual una empresa puede sostenerse - es decir, generar ingresos.
- Los modelos de negocio son quizás los más discutido y menos entendido de todo el aspecto de la Web.



# ¿Por qué modelos de negocio nuevos?



- Los viejos principios ya no funcionan en la nueva economía. Las empresas han llegado a viejo modelo de los límites con respecto a la complejidad y la velocidad.

# Aprovechar el poder de la diversidad



- Usted puede encontrar una estratégica ventaja competitiva en una organización y culturales contexto, tratando de aprovechar, en lugar de disminuir, las fuerzas opuestas.

# Empresa extendida

- El concepto de empresa extendida incluye muchas diferentes acuerdos como la integración virtual, outsourcing, acuerdos de distribución, la comercialización de colaboración, investigación y desarrollo del programa de asociaciones, alianzas estratégicas, empresas conjuntas, los proveedores preferidos, y la asociación de los clientes.

# Poder de Internet

- "El Internet es el Viagra de las grandes empresas", dijo Jack Welch , el legendario ex director general de GE.



# Papel de los inversores de capital riesgo

- Muchos capitalistas de riesgo se consideran la inversión en un modelo de negocio. En consecuencia, a menudo es el inversor de capital riesgo que impulsa un cambio en el modelo de negocio cuando sea evidente que el modelo original no está funcionando

# Aplicación

- Marketing
  - Producto
  - Precio
  - Distribución
  - Logística
  - Comunicación
  - Relación con el cliente





EL PREU DE LES COSES I  
EL VALOR DE LES COSES  
SEMBLEN EL MATEIX  
PERÒ NO HO SON

EL PRECIO DE LAS COSAS Y EL VALOR DE LAS COSAS  
PARECEN LO MISMO PERÒ NO LO SON

*HOW TO USE WEB 2.0 IN THE ENTERPRISE*



*PART 3: ASSESS YOUR EMPLOYEES*

# Producto

- Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo. La tendencia actual es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, como medio de conseguir una mejor penetración en el mercado y ser altamente competitivo.

- Debemos plantearnos si en la actualidad los modelos utilizados son los más acertados. ¿Sigue estando vigente? ¿Hay alguna manera de mejorar el proceso? ¿Seguimos utilizando la tecnología más moderna para llevar a cabo nuestro trabajo?
- A todas estas preguntas podemos contestar con una misma respuesta. No. Evidentemente la técnica sigue estando vigente, pues el concepto no ha variado ya que nuestros clientes siguen consumiendo nuestros productos. Sin embargo las nuevas tecnologías nos dan la capacidad de variar nuestros productos, nuestros servicios casi al instante.

# Precio

- **Áreas internas**

- Costes.
- Cantidad.
- Precios.
- Beneficios fijados.
- Medios de producción.

- **Áreas externas**

- Mercados.
- Tipos de clientes.
- Zonas geográficas.
- Canales de distribución.
- Promoción.

# Precio

- Objetivos de la empresa.
- Costes.
- Elasticidad de la demanda.
- Valor del producto ante los clientes.
- La competencia.



# Distribución

- La distribución crea utilidad de tiempo (pone el producto a disposición del consumidor en el momento que lo precisa, el producto permanece en los almacenes o en las estanterías a la espera del momento en que el consumidor lo solicite, evitando que tenga que comprar y guardar grandes cantidades), lugar (mediante la existencia de suficientes puntos de venta próximos al sitio donde el consumidor necesite el producto) y posesión (con la entrega del producto).

# Logística

- *"La logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado".*

# Comunicación



- Publicidad
- Promoción de Ventas
- Venta personal
- Relaciones públicas
- Buzzmarketing

# Publicidad

- La publicidad se utiliza para:
  - Persuadir al consumidor de que compre con nosotros;
  - Recordar. Meter nuestro producto en la mente del consumidor
  - Informar. Dar a conocer nuestro producto y la manera en que le ayuda al consumidor a resolver sus necesidades

# Promoción de ventas

- Introducir un nuevo producto/servicio. (Por ejemplo muestras gratis)
- Incrementar la demanda. Es muy usado por ejemplo en tiendas departamentales cuando hay fin de temporada.
- Atraer nuevos clientes.
- Contrarrestar a la competencia.
- Compensar una disminución estacional. (Ofertas de viaje en temporada baja).
- Obtener una base de datos. (Para mandar otro tipo de promociones). Un ejemplo muy usado es elaborar una rifa entre los asistentes a cierta exposición, y para participar deben dejar su tarjeta de presentación.

# Venta personal



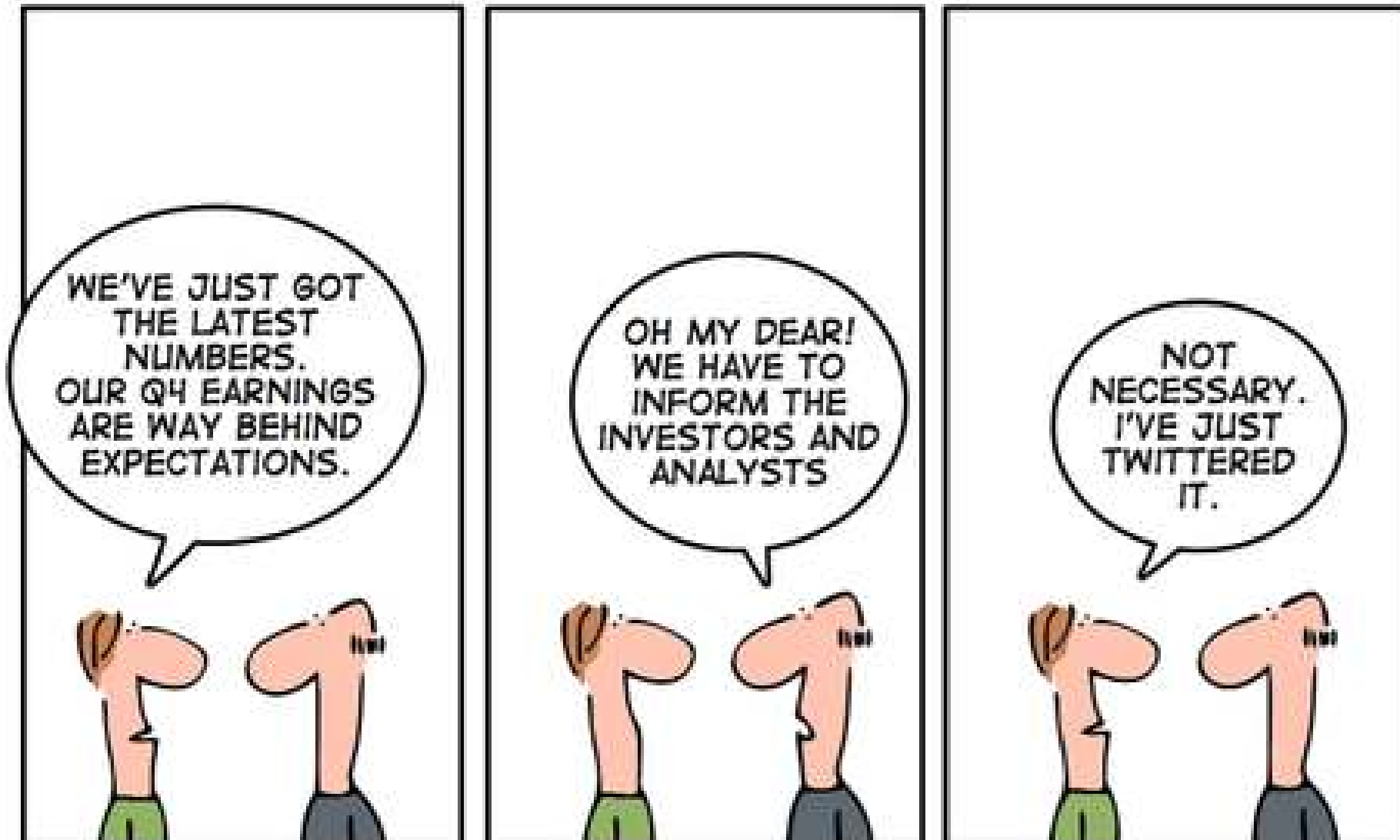
- Visita al domicilio del cliente.
- Telemarketing.
- Correspondencia postal.
- E-Mail
- Desayunos informativos.

# Relaciones públicas

- Entre las herramientas para las relaciones públicas se encuentran:
  - Noticias.
  - Patrocinios.
  - Obras de Beneficencia.



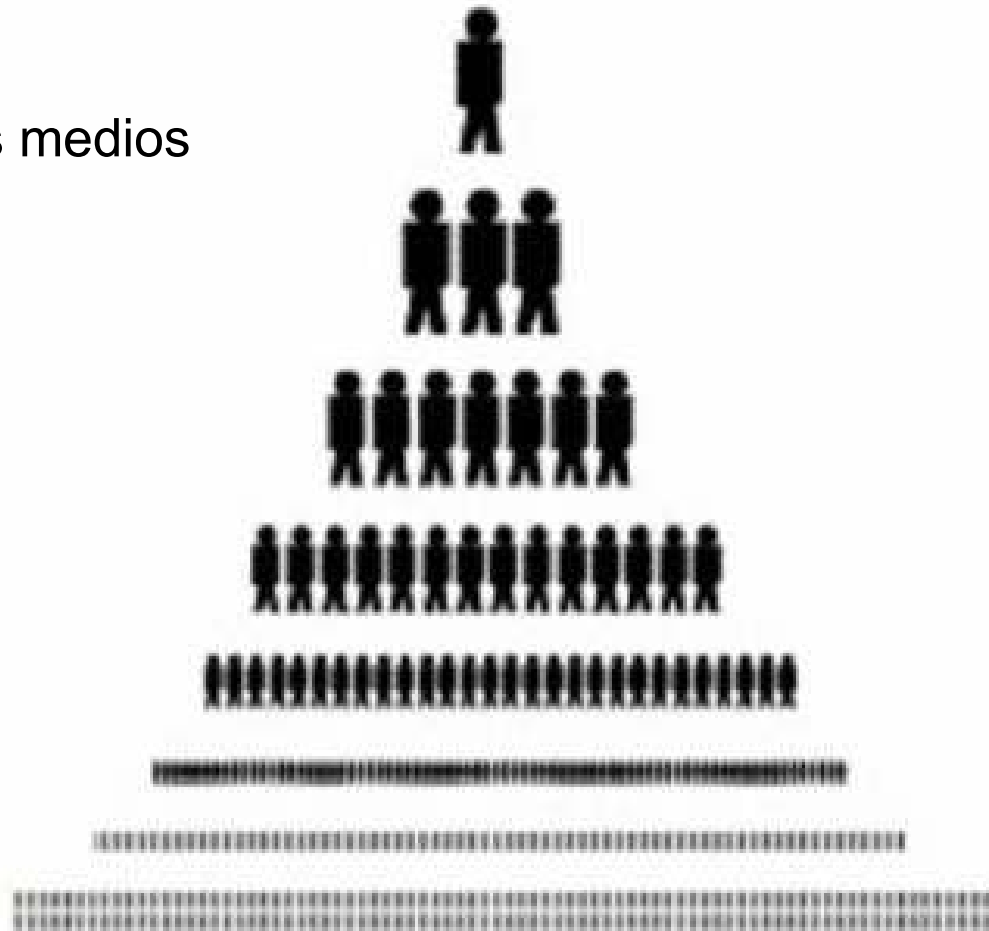
## HOW TO USE WEB 2.0 IN THE ENTERPRISE



**PART 2: COMMUNICATE WITH YOUR INVESTORS**

# Buzzmarketing

- Ha crecido por:
  - El ruido.
  - El escepticismo a los medios de comunicación.
  - La conectividad.



# Relación con el cliente

- Tecnología.
  - La tecnología CRM tiene que ser capaz de recoger toda la información surgida de la relación con el cliente con independencia del canal por donde se ha producido: *e-mail*, fuerza de ventas, Internet, teléfono, etc. y analizarla para así conocer sus necesidades y poder satisfacerlas.
  - Aunque son varias las herramientas que forman parte de la solución tecnológica, dos son las que adquieren vital importancia: *Data Warehouse* y *Data Mining*.

- **Procesos.**

- Los procesos también tienen que estar orientados a satisfacer con la máxima rapidez las necesidades de los clientes. Esto implica, en la mayoría de las ocasiones, cambiarlos, es decir, cambiar la forma de hacer las cosas con el fin de mejorar el servicio a los clientes.

ESTOY DESESPERADO, ME TENÍA QUE ENCONTRAR  
POR AQUÍ CON UNA CHICA, DEJÉ EL COCHE Y  
ME LO ROBARON. TENÍA TODAS MIS COSAS ADENTRO

PRIMERO LLÁMALA POR  
TELÉFONO, TOMA MI...

NO SÉ EL NÚMERO, LO TENÍA  
EN LA AGENDA DEL MÓVIL

YA VENDRÁ, ¿DÓNDE SE  
ENCONTRABAN EXACTAMENTE?

NO SÉ, LLEGUÉ  
CON EL GPS

PERO SI EL ENCUENTRO ERA  
POR AQUÍ, QUIZÁS LA VEAS

NO LE VI NUNCA LA CARA,  
LA CONOCÍ EN UN CHAT



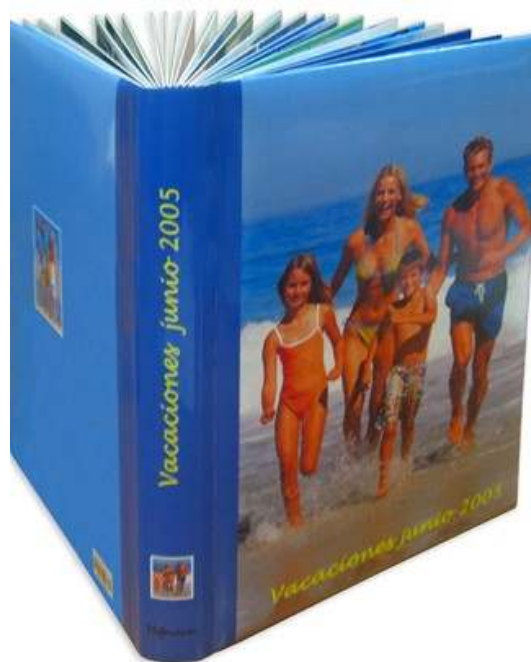
RAJ

- Recursos humanos.
  - Las personas de la compañía son, al final, la clave de toda estrategia de CRM. Es la parte que determina su éxito o su fracaso y no se puede infravalorar. Es fundamental que conozcan el proyecto, resolver sus miedos, sus temores, sus dudas ante su implantación. Tenemos que hacerles ver la importancia pero, sobre todo, formarles en esta nueva cultura de servicio al cliente.

- Estas tres piezas del engranaje conforman la base de toda estrategia CRM. Si durante todo el proceso de implantación nos olvidamos de alguna de ellas estaremos abocados al fracaso.



# Ejemplos



9ª ENTREGA  
1€  
TODOS LOS IMPUESTOS DE 2010

EN POCO MÁS DE MEDIO AÑO HAN SURGIDO EN ESPAÑA MEDIA DECENA DE PROPUESTAS QUE EXPLOTAN ESTE MODELO DE WEBS DE COMPRAS COLECTIVAS. LA COMPAÑÍA AMERICANA VALE YA 1.000 MILLONES DE DÓLARES.

## Groupon desata la fiebre de los cupones descuento

M. Piñeta Madrid

La web estadounidense de compras colectivas Groupon ha conseguido en apenas seis meses y medio de existencia ser valorada en 1.000 millones de dólares (744 millones de euros). Una valoración que ha alcanzado tras cerrar una ronda de inversión de 135 millones de dólares, una suscripción a la revista Digital Sify en el estudio de Facebook y Zynga) Battery Ventures.

Groupon ha resucitado el concepto de webs de compras colectivas, que fracasó en la era puntocom. Este modelo ofrece a los usuarios descuentos y las empresas aprovechan la fuerza que otorga la compra en grupo. La compañía está presente en 46 ciudades estadounidenses y quiere establecerse en un centenar de poblaciones durante este año. Groupon, que prevé alcanzar los próximos diez meses y que es rentable desde casi un año, quiere demostrar la inyección de capital para afrontar la expansión internacional, que ha iniciado en Reino Unido.

Los internautas suscritos reciben diariamente una propuesta de ocio de su ciudad con descuentos de entre el 40% y el 90%. La oferta está condicionada a alcanzar un volumen mínimo de compradores, algo fácil de conseguir gracias a la red social de la web. Luego, el usuario debe imprimir un cupón descuento para presentarlo en el comercio. Groupon, que cuenta con una fuerza comercial para atraer a las comercios locales, cobra una comisión por venta realizada de entre el 30% y el 50%.

### GROUPON

Customer Rating: 4.5/5

London's Deal of the Day

One individual may receive up to 50% off on the Deal of the Day in each city.

Sign up to see today's deal and upcoming deals up to 50% off

Hotels, Restaurants, Spas, Bars, Theaters, Air Lines & More

TIME FISH COMPANY • CIM • CINE • REVOLUTION • PAPERBIRD

Valoraciones 'puntocom'

- El capital riesgo estadounidense está elevando las valoraciones de las start-ups tecnológicas: hay mucho dinero y pocos proyectos destacables.
- La red social Facebook está valorada en unos 9.000 millones de dólares.
- El servicio de microblogging Twitter alcanzó en septiembre los 1.000 millones de dólares de valoración, a pesar de que entonces no tenía modelo de negocio.
- Zynga, creadora del hito del juego Farmville, está valorada en más de 2.800 millones de dólares.
- El valor de la red LinkedIn está en los 1.700 millones.

ESPAÑA

Fecha	Mi	Ma	Vi	Do	Co	Pa	Ar	Ur	Ur	Ur
21	12	Madrid	13	Madrid	14	Madrid	15	Madrid	16	Madrid
22	13	Madrid	23	Madrid	24	Madrid	25	Madrid	26	Madrid
27	14	Madrid	28	Madrid	29	Madrid	30	Madrid	31	Madrid

EUROPA

País	Fecha	Mi	Ma	Vi	Do	Co	Pa	Ar	Ur	Ur	
Alemania	11	4	Madrid	12	4	Madrid	13	4	Madrid	14	4
Francia	15	4	Madrid	16	4	Madrid	17	4	Madrid	18	4
Italia	19	4	Madrid	20	4	Madrid	21	4	Madrid	22	4
Reino Unido	23	4	Madrid	24	4	Madrid	25	4	Madrid	26	4

MUNDO

País	Fecha	Mi	Ma	Vi	Do	Co	Pa	Ar	Ur	Ur	
Brasil	21	13	Madrid	22	13	Madrid	23	13	Madrid	24	13
China	25	13	Madrid	26	13	Madrid	27	13	Madrid	28	13
India	29	13	Madrid	30	13	Madrid	31	13	Madrid	1	13

22 DE ABRIL  
OSÉ LUIS BONET, Presidente del Foro de...  
OSÉ LÓPEZ GARRIDO, secretario de...  
18 DE FEBRERO

# ¿Dudas?

- Es el momento idóneo de expresar aquello que no vemos del todo claro.



Ponente

**AITOR TORRES**

Powered by

