



El placer de cautivar y crear nuevos mercados

Descubra la nueva forma de hacer Marketing



El Mercadólogo de hoy **SE ENFRENTA A....**a diversos cambios....



Cómo
compramos

Cómo
trabajamos

Cómo creamos

A un panorama digital complejo

The image displays a dense grid of software logos, organized into several categories:

- Social Marketing Management:** Includes shputlet, SYNCAPSE, vitrue, hootsuite, Spredfast, awareness, Flowtown, hearSay, MUTUALMIND, SPROUT SOCIAL, offerpop, Seismic, Strutta, votigo, SocialAppsHQ, extole, Fanzila, NORTH SOCIAL, Zuberance, BzzAgent, and FanDope.
- Social Publishing Platforms:** Includes Flowtown, Socialware, and Social Amp.
- Social Promotion Platforms:** Includes Social Amp.
- Social Advertising Platforms:** Includes TBG, Lexity, spruceMEDIA, Adaptly, Clickable, GRAPH EFFECT, BLINQ MEDIA, epic social, SOCIALTYZE, twelvetfoldmedia, SAM, nanigans, Ybrant, KENSHOO, Marin, EfficientFrontier, and XA.NET.
- Social Ad Networks:** Includes OneRiot, rockyou, across, LIFESTREET, radium, XGRAPH, and media6degrees.
- Social Intelligence:** Includes PostRank, Trendrr, ATTENTIVITY, VISIBLE, BuzzLabs, actionly, bottlene, virtheat, colligent, trackur, scoutLABS, synthetio, mysom, brandprotect, radiant, ALTERIAN, and conversion.
- Social Business Software:**
 - External (Customer) Facing:** Includes passenger, lithium, jive, telligent, inGage, Satisfaction, LeverageSoftware, Pluck, KidApps, mzinga, Assistty.
 - Internal (Employee) Facing:** Includes huddle, cubetree, acquia, IGLOO, Watchtoo, yammer, chatler, moxie, Socialtext, nible, SOCIALCAST.
- Social Scoring:** Includes KLOUT, empireavenue, and PeerIndex.
- Blogging Platforms:** Includes tumblr, posterous, Blogger, WordPress, Squarespace, Joomla!, and JUX.
- URL Shorteners:** Includes bitly, tiny arrows, and TinyURL.com.
- Analytics:** Includes awe.SM, bluefin, kontagent, Campalyst, mixpanel, OMNITURE, Coremetrics, and webtrends.
- Stream Platforms:** Includes UberMedia, TweetDeck, twhirl, and Aol Lifestream.
- Content Curation:** Includes hunch, BuzzFeed, summify, Ripboard, SkyGrid, and Storify.
- Social Commerce Platforms:** Includes Moontoast, SHOP TAB, live gamer, dotbox, muncom, Molko, trialpay, Storenvy, FLUID, shop igniter, VendorShop, ecwid, and miiyoni.
- Payment:** Includes BYBRIDGE.
- Social Brand Engagement:** Includes socialvibe, mylikes, adly, local response, appsawvy, DYNAMIC SIGNAL, and sharethrough.
- Social TV:** Includes PHILIP, plus, miso, GetGlue, clipsync, SnappyTV, INTO_NOW, and tunerfish.
- Social/Mobile Apps & Games:** Includes foursquare, waze, TWIGS, playphone, Gowalla, loopt, Foodspotting, glu, HY5, pelago, PlayJam, and PooYAK.
- Social Data:** Includes Gnip, DATASIFT, and RapLeaf.
- Social Search & Browsing:** Includes Topsy, wink, Aardvark, StumbleUpon, greplin, spokeo, and WHO'S TALKING.
- Social Networks - Other:** Includes LinkedIn, TAGGED, my, plaxo, Path, CLUB, Merchant Circle, HABBO, orkut, Google+, #hashable, renren, friend.ly, and goia.
- Social Shopping:** Includes Giantnerd, Zaarly, zappli, Swipely, LOCKERZ, SUPPLY, giftki, kobocode!
- Social Referral:** Includes 500friends, Turnio, socialleet, eurebit, ShopSocially.
- Content Sharing (Reviews/Q&A/Docs):** Includes topix, dingo, foto.pedia, slideshare, yelp, Angie's list, Quora, Scribd, and DocShare.
- Photo Sharing:** Includes SmugMug, fixable, klip, flickr, photobucket, ZangZing, and Ploggy.
- Community Platforms:** Includes tnt, Bazaarvoice, gigya, Badgeville, shareThis, spinback, jonrain, clearspring, echo, PowerReviews, Mass Relevance, meeb, Cove It Live, widgetbox, 5555factory, GROU.PS, ejo, KickApps, ReadyPress, NING, mixxt, and GroupSite.
- Twitter Apps:** Includes twitpic, tweetmeme, StockTwits, Cadmus, wefollow, flixup!, Listorious, and twitvid.
- Facebook Apps:** Includes LIKESTER, BranchOut, SNAP, badoo, smule, causes, and booshaka.
- Facebook Gaming:** Includes playfish, zynga, MetroGames, Playdom, KABAM, CrowStar, socialpoint, DIGITAL CHOCOLATE, and PopCap.

Twitter
facebook

A un consumidor “empoderado”

44%

de las empresas usa *crowd-sourcing* con sus clientes.

4 de 10

Usuarios de *smartphones* busca un producto directo en Línea.

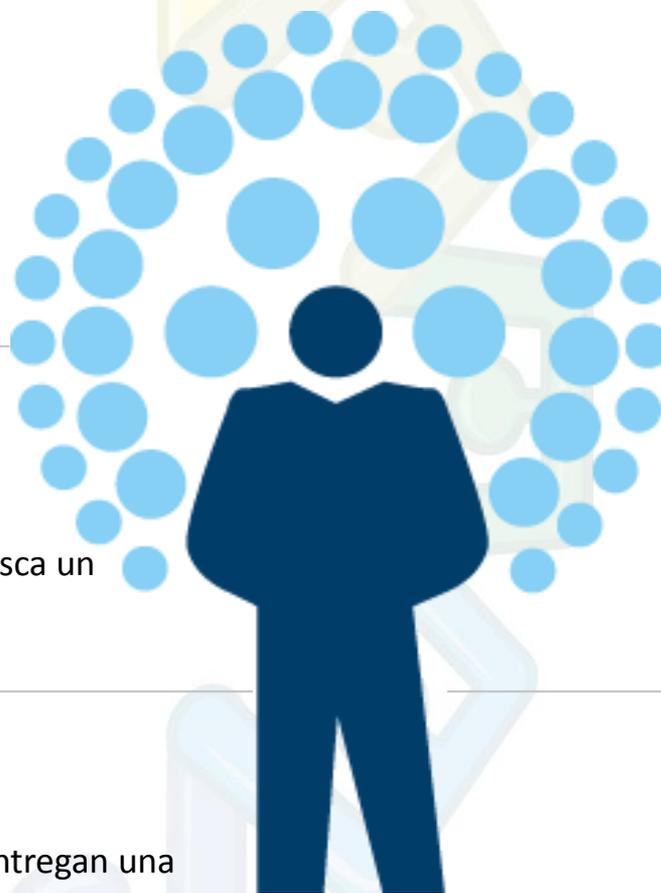
80%

de los CEOs considera que entregan una experiencia al cliente superior...

8%

de sus clientes concuerda.

Fuente: IBM Institute for Business Value. Cifras Globales 2012



86%

usa múltiples canales.

Consumidores multicanales gastan

4-5 veces

más que el promedio.

45%

comenta sus compras previamente con una amistad.

78%

de los consumidores confían en recomendaciones de conocidos.

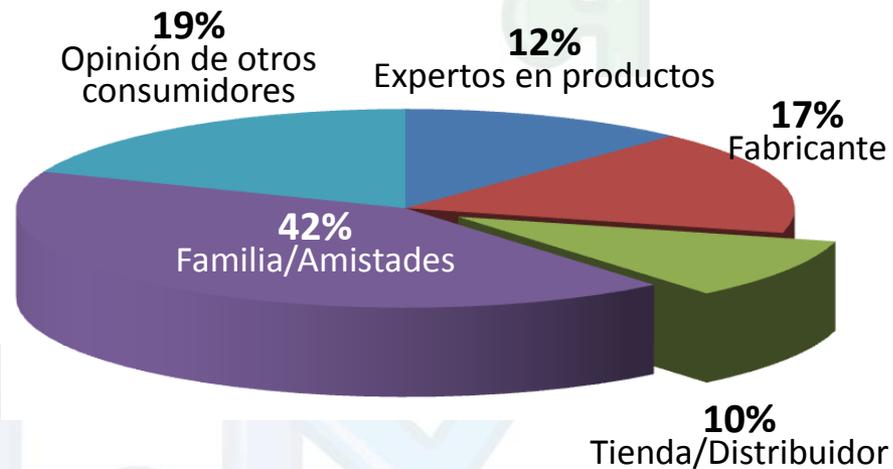
A una dispersión compleja



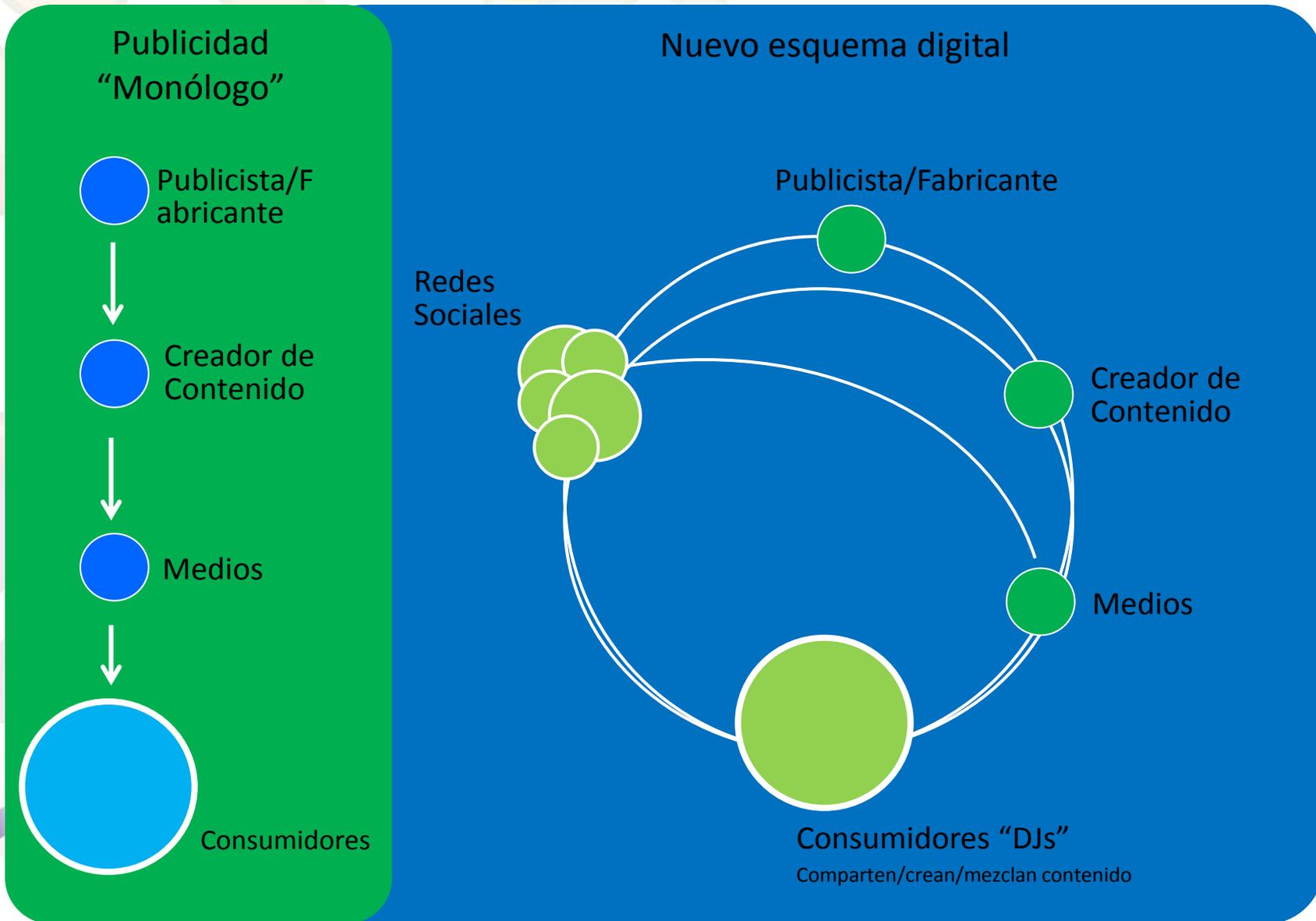
Y que poco confían en la publicidad tradicional

Ranking de Confianza Global

2011



A un consumidor que filtra y decide



A nuevos usos de un Twitt



JetBlue



Name JetBlue Airways
Location 11375
Web <http://www.jetblu...>
Bio Have a question? Follow us and let us help! - Currently on duty: Gigi, Lindsey, Laurie, Alex, and John

Follow

PR



[kevinjacoby](#): this guy's flying every day for a month on **jetblue**'s pass and blogging about it for wired: <http://bit.ly/7nUKG> (expand) (via [@mssarahmorgan](#))

5 minutes ago from *Tweetie* · [Reply](#) · [View Tweet](#)

SERVICE



[loveat1ststrike](#): Free movies on ny to sea **jetblue** flight cause the shitter was broken and the delayed an hour to fix.

8 minutes ago from *Twitterrific* · [Reply](#) · [View Tweet](#)

SALES



[e1nstein](#): Trying to see if **JetBlue** still has the unlimited flying pass for this month

10 minutes ago from *mobile web* · [Reply](#) · [View Tweet](#)

CRISIS



[calquits](#): **JetBlue** smoking signs on (source: Big News Network): Two **JetBlue** flights made emergency landings at Kennedy Airp.. <http://bit.ly/YUI6I> (expand)

25 minutes ago from *twitterfeed* · [Reply](#) · [View Tweet](#)

RECRUIT



[linzlinzlinz](#): 9 year old stepson just announced he wants to be a **@JetBlue** pilot for Halloween, & my 3 year old followed with wanting to be a "plane lady."

31 minutes ago from *web* · [Reply](#) · [View Tweet](#)

PRODUCT



[PaulTTran](#): I think **@JetBlue**'s last & unreached frontier to being the ideal airline of choice for me is ability to go online while flying

26 minutes ago from *txt* · [Reply](#) · [View Tweet](#)

Pero con errores que se cometen en segundos



A decidir sobre nuevas herramientas de Mkt Digital



Logos: Salesforce, radian⁶ social media monitoring, Core metrics, and a circular diagram with 'Sales', 'Support', 'Marketing', and 'CRM'.

Social CRM

<http://www>



Logos: Tumblr, slideshare Present Yourself, and Wordpress.

Blogs / Content Marketing

<http://www>



Logos: Google AdWords, unica, and Y! YAHOO!.

SEO / SEM

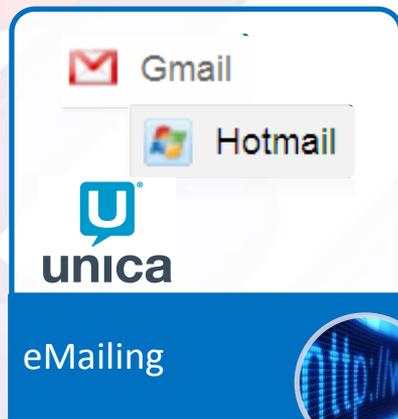
<http://www>



Logos: Facebook, Twitter, Pinterest, and g+.

Redes Sociales

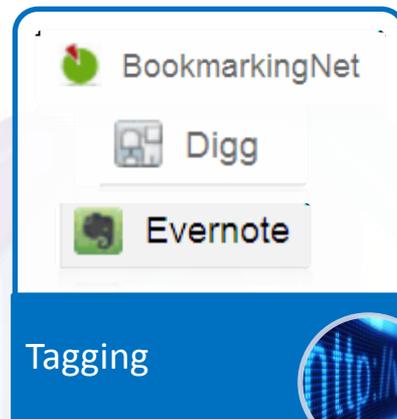
<http://www>



Logos: Gmail, Hotmail, and unica.

eMailing

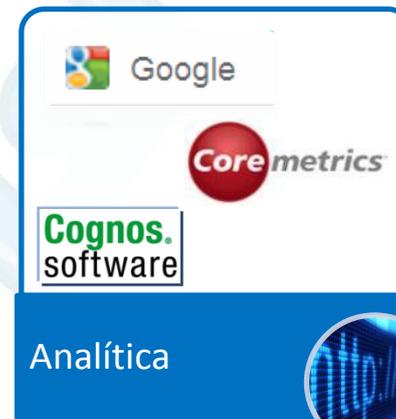
<http://www>



Logos: BookmarkingNet, Digg, and Evernote.

Tagging

<http://www>



Logos: Google, Core metrics, and Cognos software.

Analítica

<http://www>

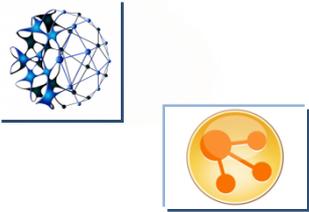


Logos: MyCommerce, facebook, and IBM.

eCommerce

<http://www>

A decidir sobre nuevas herramientas de Mkt Digital



Knowledge Management 



Promotions 



Apps 



Videogames 



Broadcasting 



Social media monitoring 

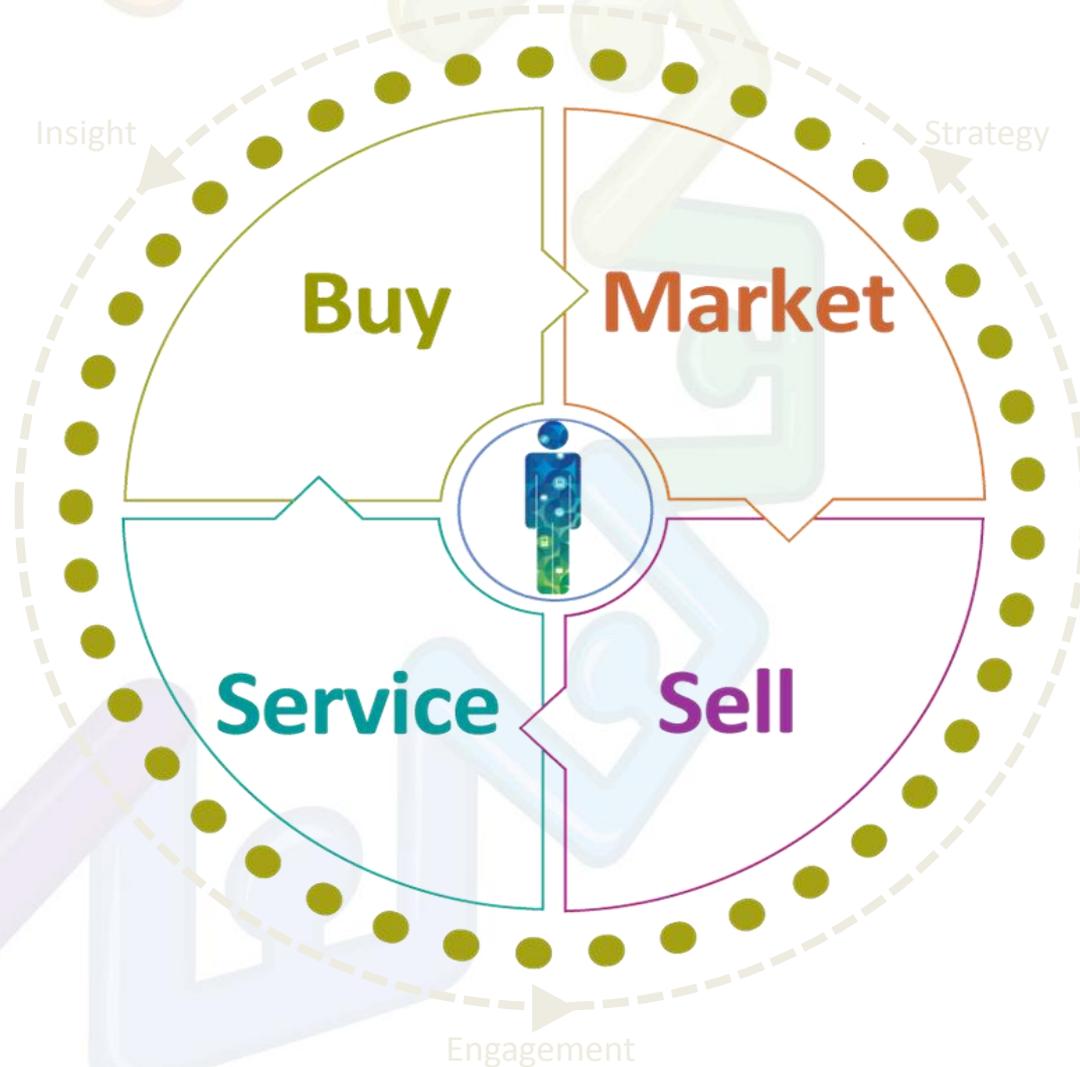


Encuestas 

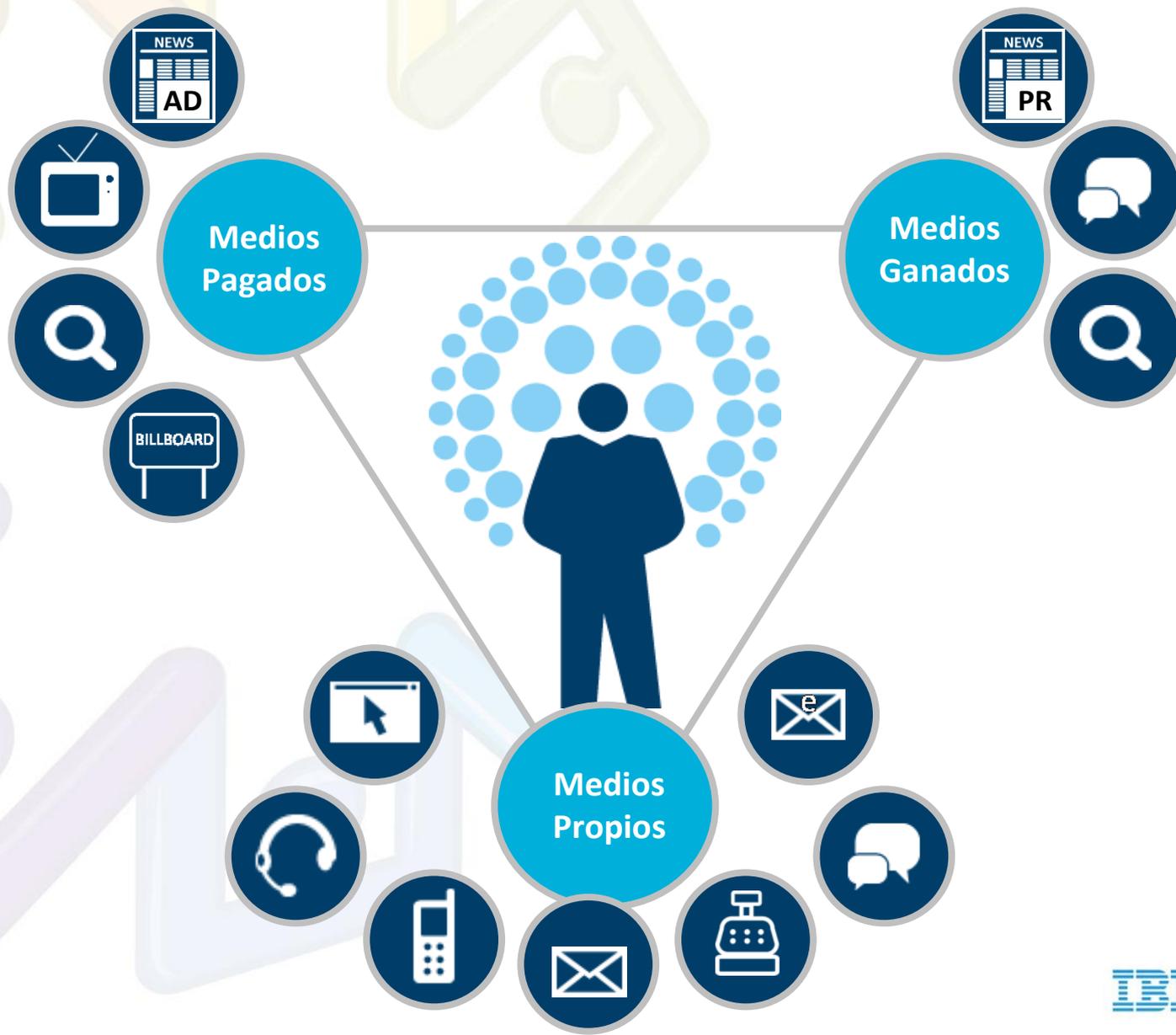


Virtual worlds 

Smarter Commerce ayuda a transformar cada fase del ciclo comercial



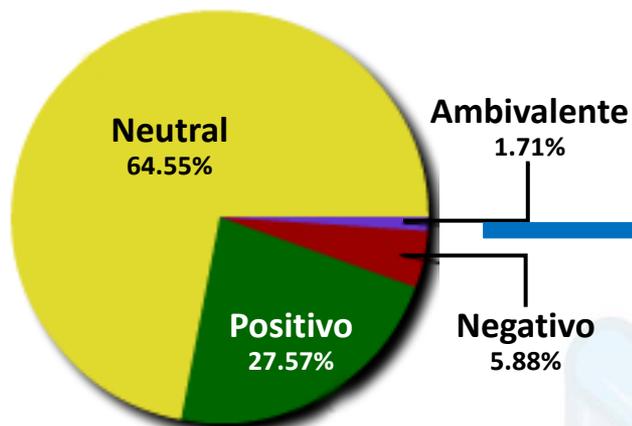
E integrarlas en una sólo plataforma



....y convertirlas en un "Insight"

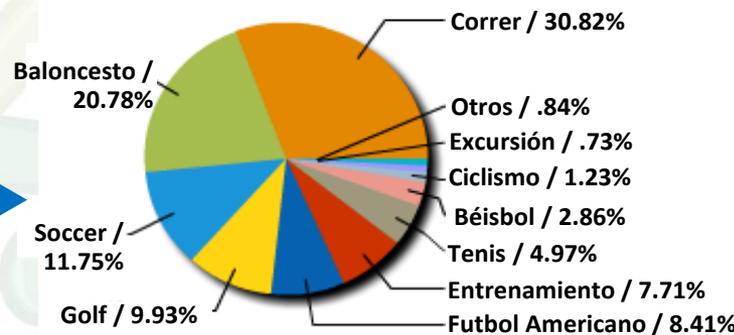
Fabricante

Análisis de sentimiento



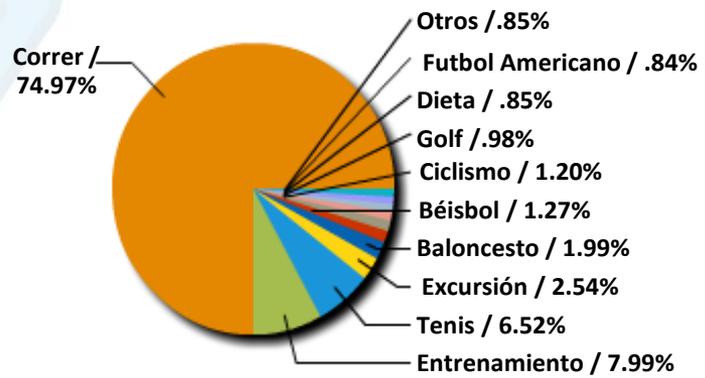
Competidor A

Actividades asociadas



Competidor B

Actividades asociadas



Y a manejar nuevos Indicadores de desempeño

Seguidores

- Cantidad de seguidores
- Perfil de seguidores

Conversaciones

- Conversaciones que generan seguidores
- Conversaciones que generan ventas

Leads

- Seguidores en Leads de venta
- Tasa de conversión

Métricas en WEB

- Optimización de SEO / SEM
- Bounce Rate, CTR

Crisis Management

- Número de casos de prevención daños
- Monto estimado del daño prevenido

Equity

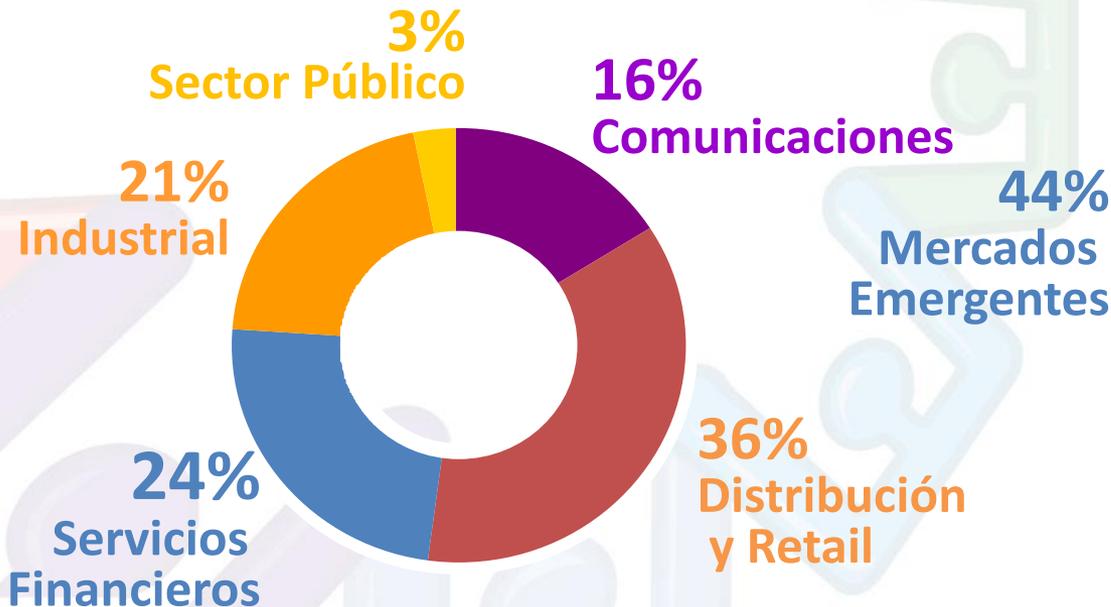
- Recordación de Marca
- Percepción de calidad

Ventas

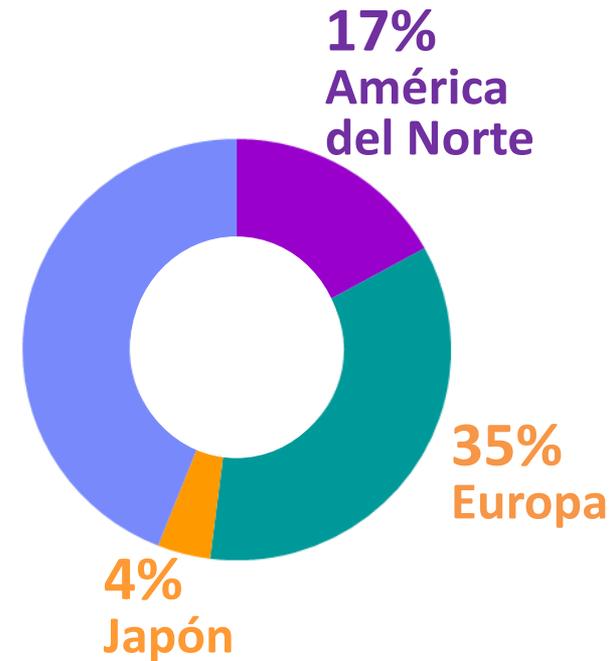
- Ventas generadas desde actividades de Mkt digital.
- Ticket promedio entre clientes actuales.

Pero ¿qué dicen 1,700 Directores de Mercadotecnia?

5 sectores, 19 industrias



64 países



Los Directores de Mercadotecnia (CMOs) no se sienten preparados para manejar la complejidad futura

Dentro de los próximos 5 años...

79%

Esperan una alta complejidad

48%

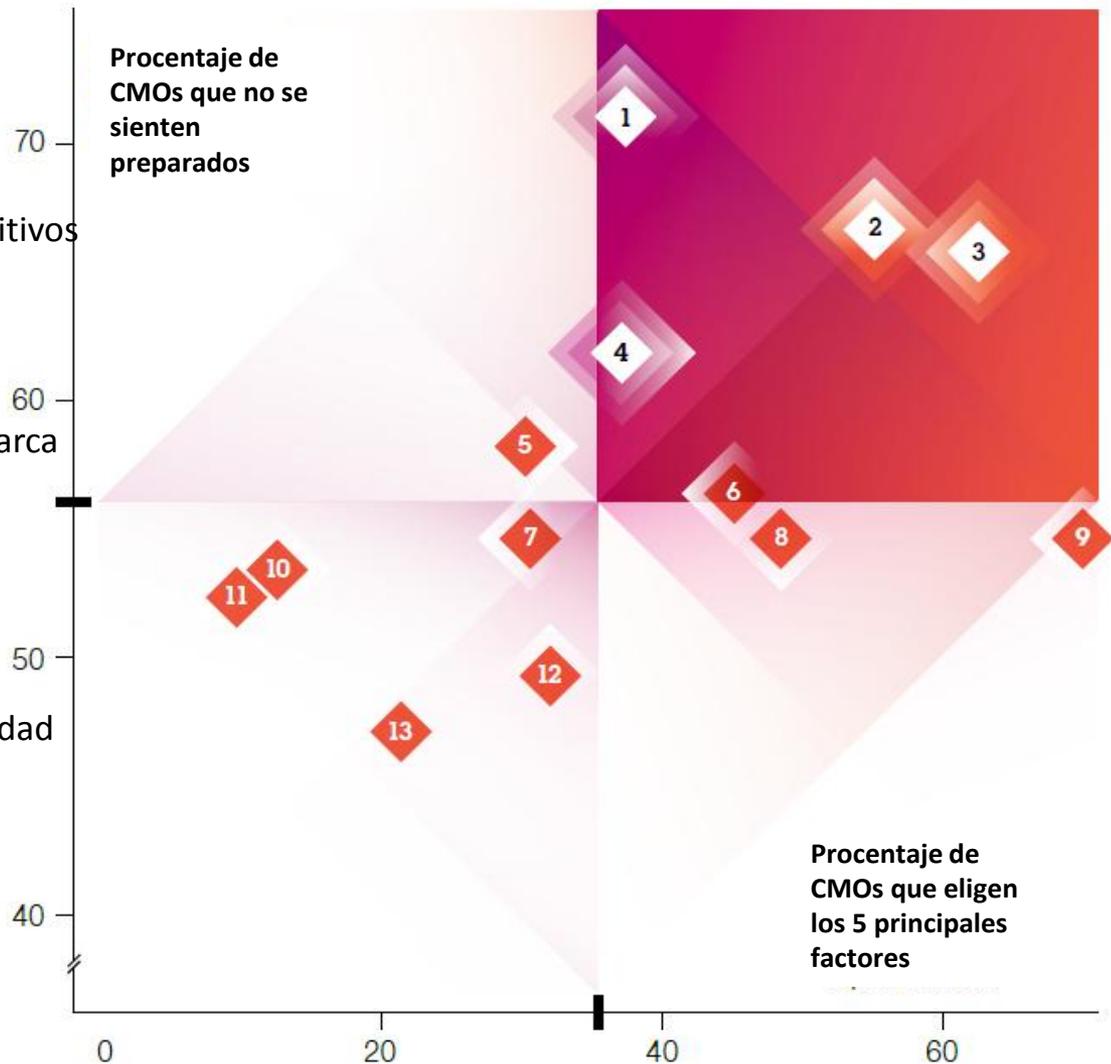
Se sienten preparados para atender dicha complejidad

31%

Área de oportunidad

Retos específicos reflejan la creciente complejidad

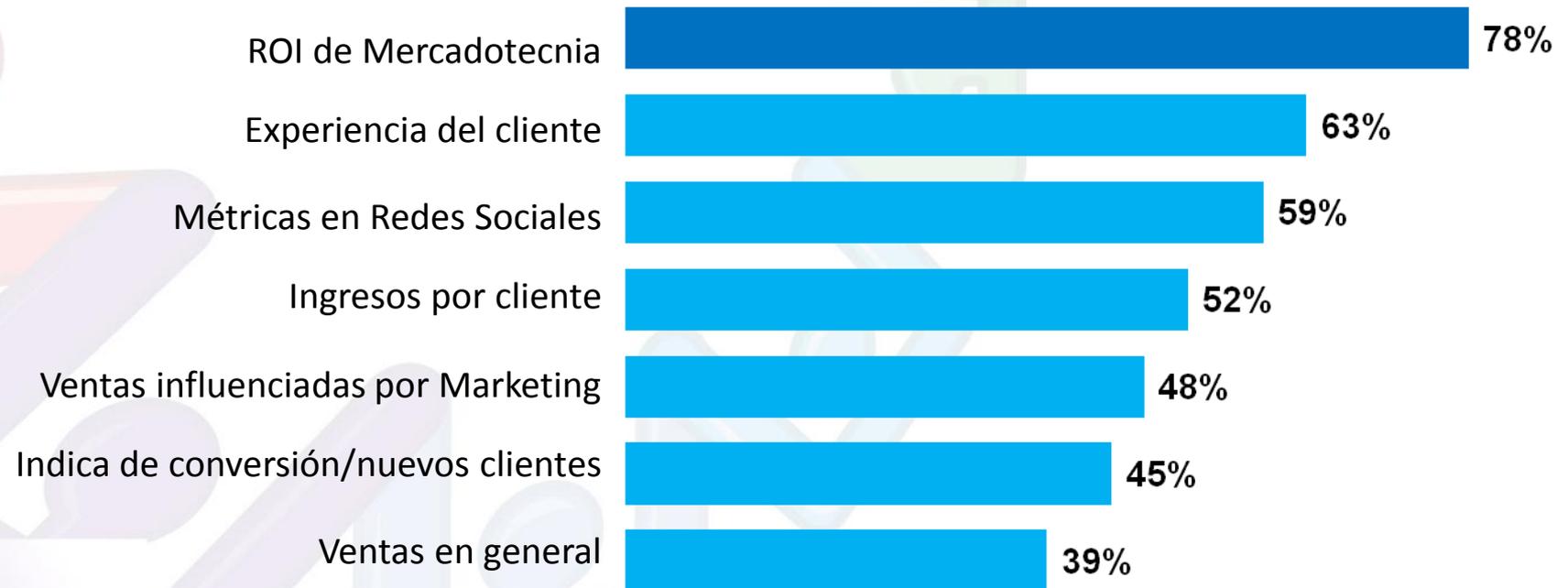
- 1 Explosión de Datos
 - 2 Redes Sociales
 - 3 Elección de canales/dispositivos
 - 4 Cambio en la demografía
 - 5 Limitantes financieras
 - 6 Reducción en lealtad de marca
 - 7 Mercados emergentes
 - 8 Manejo del ROI
 - 9 Colaboración de clientes
 - 10 Consideraciones de Privacidad
 - 11 Outsourcing global
 - 12 Regulaciones
 - 13 Transparencia Corporativa
- Media



Los CMOs creen que el ROI de las inversiones en Mercadotecnia será el método #1 para determinar el éxito para el 2015

Siete de las métricas más importantes para evaluar el éxito en Mercadotecnia México y América del Sur de habla hispana

Porcentaje de CMOs

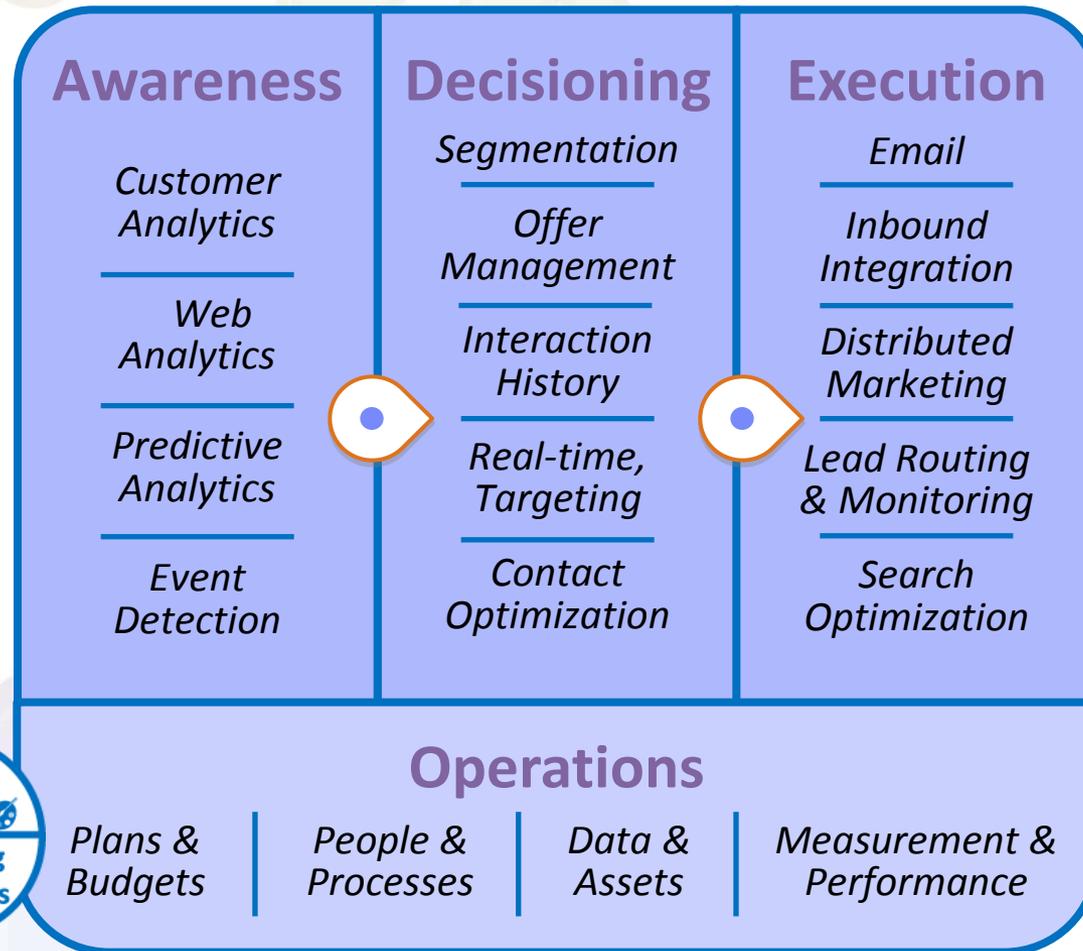


Principales retos a vencer

- Mercadotecnia carece de visibilidad de actividades no alineadas con los objetivos del negocio.
- Mercadotecnia carece en ocasiones de sistemas para el control adecuado del presupuesto.
- Falta un sistema central para la administración total del departamento.
- Carece de métricas para la medición efectiva del ROI.
- A Mercadotecnia constantemente se le pide hacer “más con menos”
- Los procesos de autorización son manuales y pueden retrasar los proyectos.
- Los activos del área se pierden con facilidad y se convierten en un costo adicional.



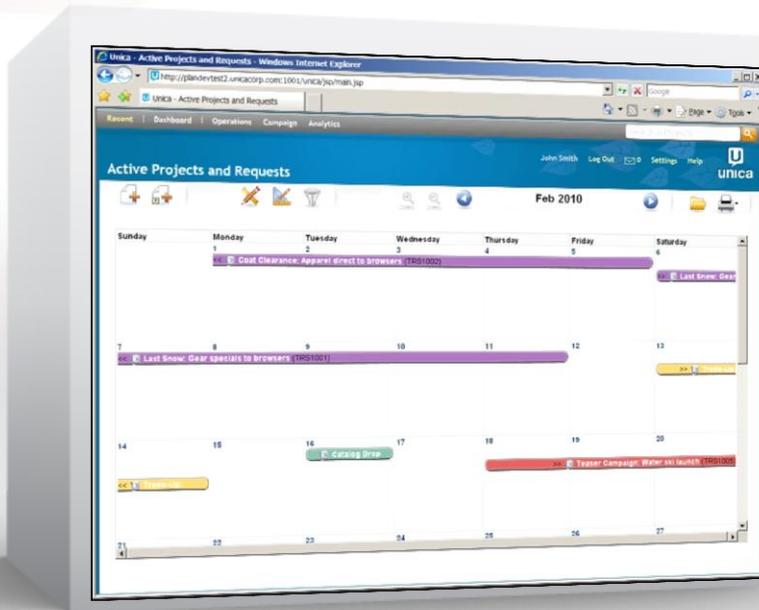
Nuestra Plataforma de Mercadotecnia



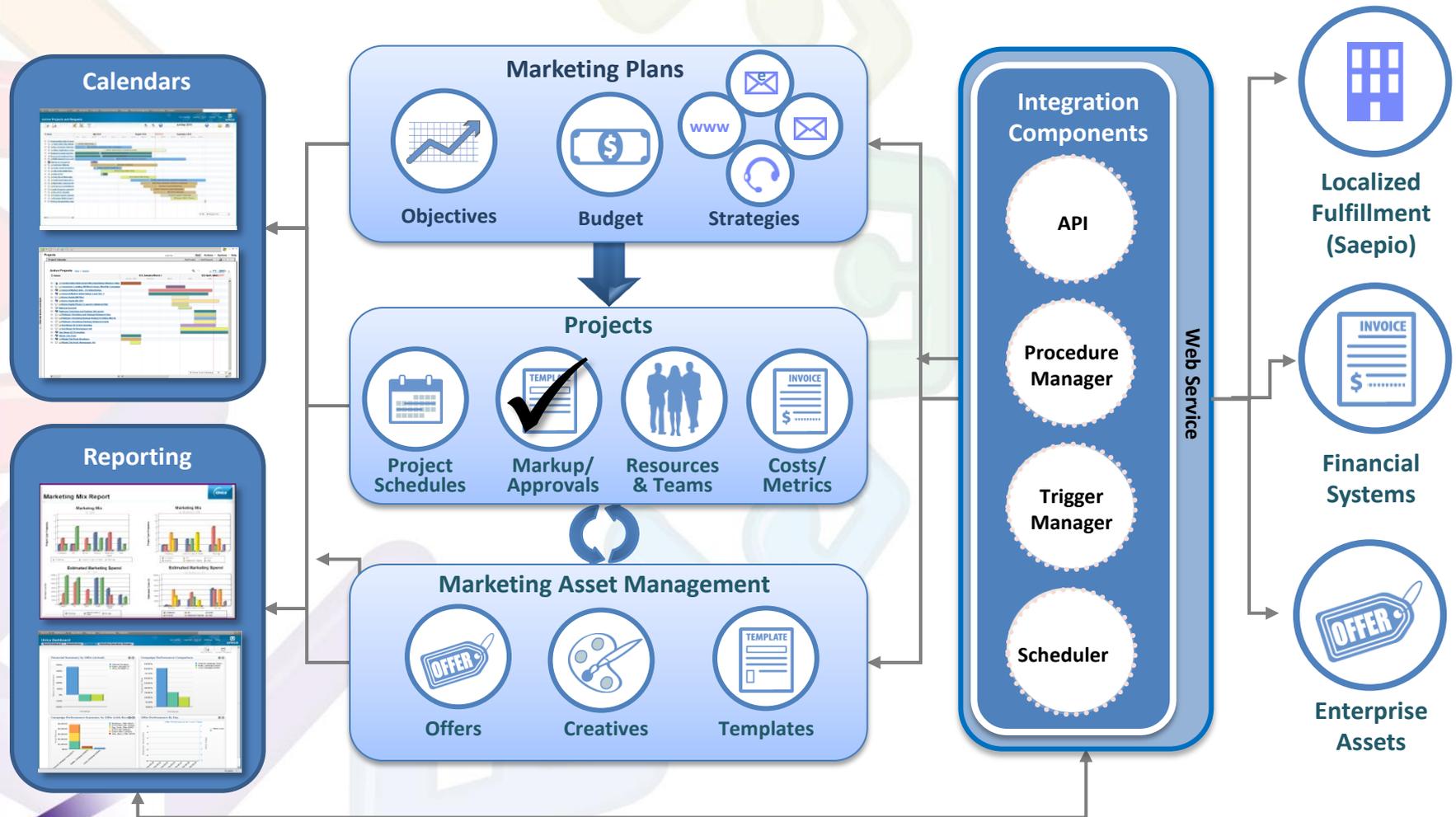
¿ Qué es Unica Marketing Operations?

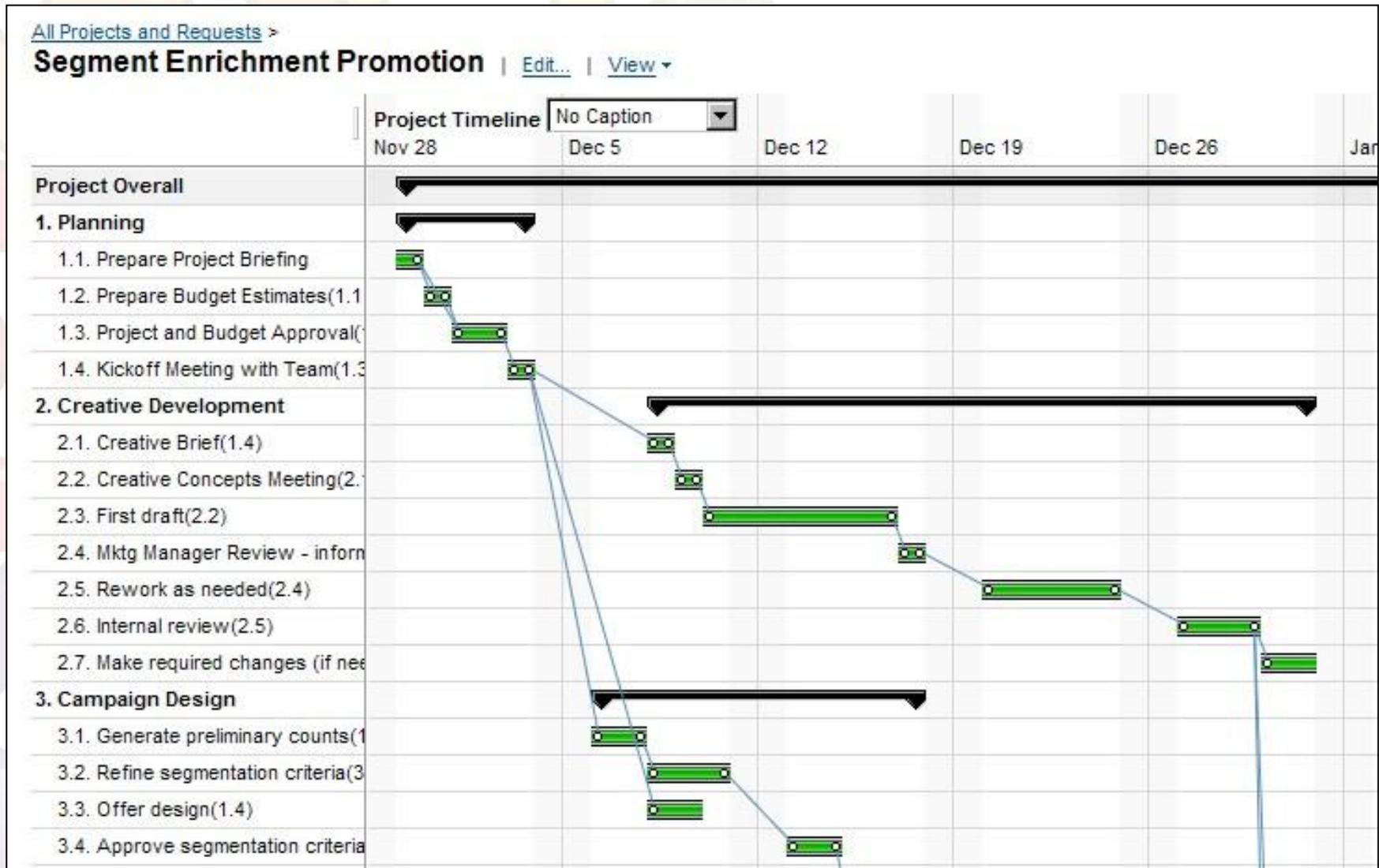
MARKETING OPERATIONS* software:

- Captura los planes de mercadotecnia, programas, campañas, roles y tareas
- Administra y controla los recursos financieros, humanos y físicos, además de reportar sus métricas.
- Aplica y ejecuta los procesos de mercadotecnia en base a las mejores prácticas mundiales.
- Proporciona inteligencia y visibilidad.

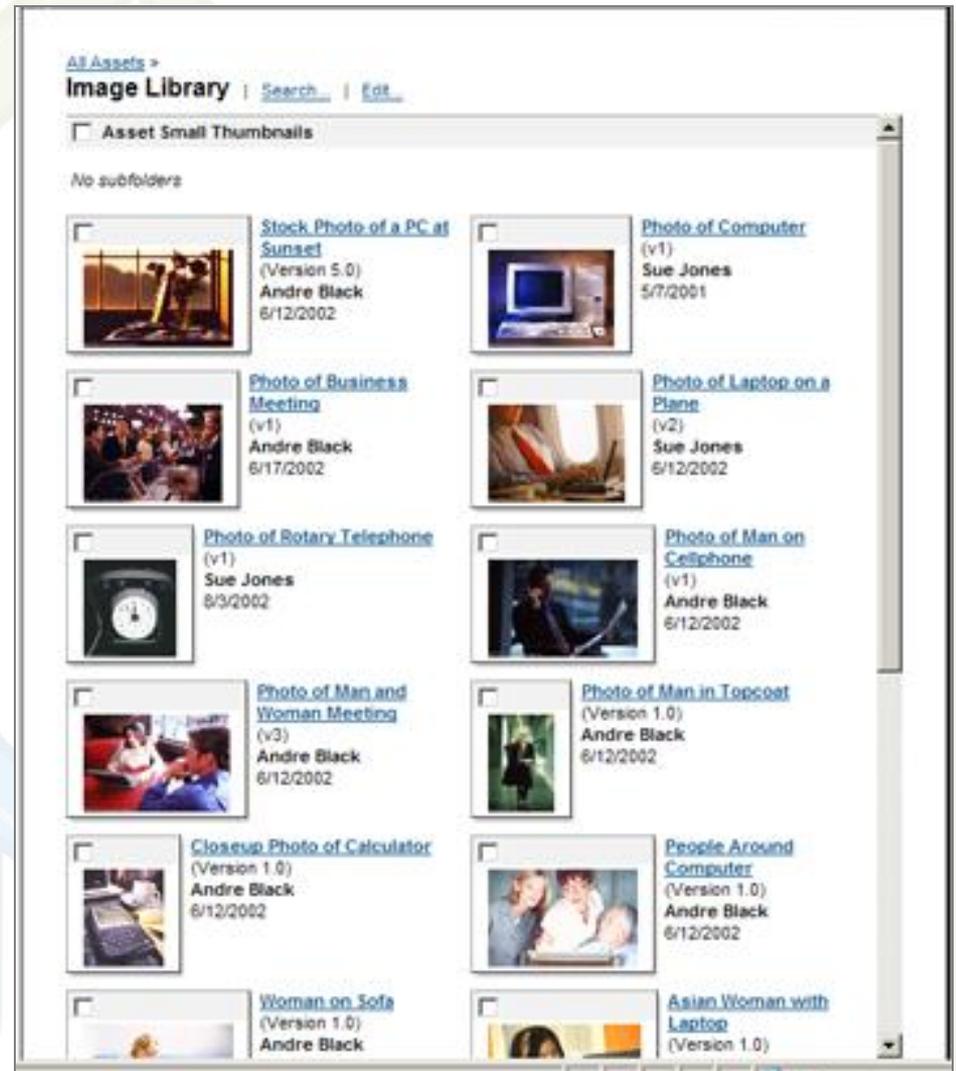


Mapa funcional de la aplicación





Control de activos



Administración de proyectos

Search Projects By Title

project management center

POWERED BY
Marketing
Central

[Home](#)
[Time](#)
[Expenses](#)
[Plans](#)
[Reports](#)
[Tasks](#)
[Projects](#)
[Libraries](#)
[Events Calendar](#)
[Message Board](#)
[Calendar](#)
[My Profile](#)
[Logout](#)

[Home](#)
[Practice Project](#)
[Direct Mail plan](#)

[New Task](#)
[Calendar](#)

Schedule: Direct Mail plan

Schedule Summary

First Date 11/1/07
 Last Date 2/6/08
 Number Open Tasks 35
 Number Late Tasks 10

Filters: [\(clear\)](#) [Status: Any](#) [Assignment: Any](#)

[Columns](#)
[CSV/Excel](#)

Actions: [Perform an Action](#) [Suspend Alerts For These Changes: ON](#)

All / None	Actions	Task	Assignee	Manager	Start Date	Due Date	Task Group	Progress
<input type="checkbox"/>		Create and Post Brief	[Unassigned]	Alan Bunce	11/01/2007	11/02/2007	Administration	<div style="width: 0%;"></div> 0 %
<input type="checkbox"/>		Start Job in JMS	[Unassigned]	Alan Bunce	11/01/2007	11/02/2007	Administration	<div style="width: 0%;"></div> 0 %
<input type="checkbox"/>		Assign Team	[Unassigned]	Alan Bunce	11/02/2007	11/02/2007	Administration	<div style="width: 0%;"></div> 0 %
<input type="checkbox"/>		Brief Team	[Unassigned]	Alan Bunce	11/06/2007	11/06/2007	Administration	<div style="width: 0%;"></div> 0 %
<input type="checkbox"/>		Develop Concepts	[Unassigned]	[Unassigned]	11/07/2007	11/20/2007	Concept	<div style="width: 0%;"></div> 0 %
<input type="checkbox"/>		Review with Account Manager	[Unassigned]	[Unassigned]	11/21/2007	11/26/2007	Concept	<div style="width: 0%;"></div> 0 %
<input type="checkbox"/>		Arrange Meeting with Client	[Unassigned]	[Unassigned]	11/27/2007	12/03/2007	Client Concept Review	<div style="width: 0%;"></div> 0 %
<input type="checkbox"/>		Client Review and Concept Selection	[Unassigned]	[Unassigned]	11/28/2007	12/03/2007	Client Concept Review	<div style="width: 0%;"></div> 0 %
<input type="checkbox"/>		Present Concepts to Client	[Unassigned]	[Unassigned]	11/29/2007	11/29/2007	Client Concept Review	<div style="width: 0%;"></div> 0 %

Reportes y análisis

Reports | Custom | Archive | Options Reporting mode: Full

NetInsight Help unica

December 2009 Our Business Web Site: 05. Site Conversion Dashboard December 2009

December 2009

S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Reports Overview

Dashboards

- Conversions Dashboard
- Trends Dashboard
- Customer Dashboard
- SEM Dashboard
- Executive
- Marketing
- Content
- Visitor
- Traffic
- Technical
- Geographic
- What If?

Marketing Campaigns

- Marketing, PPC
- Marketing, Referrals
- Marketing Integrations
- Retail Analysis
- Content Analysis
- Event Analysis

Conversion funnel

605	Viewed sign-up info page
320	Viewed sign-up... online form
108	Completed order form
44	Downloaded pr...t information

Next two clicks after home page

2,005	/ Home Page	1,063	End of Visit
		192	/ Search
		179	/ Home Page
		114	/ Sign up / Options
		96	/ Reviews

Executive QuickSet

Total Unique Visitors :	4,471
Total Conversions :	1,121
Revenue:	1,957,349
Average Order Value:	2,063
ROAS %:	4,252

Campaigns vs. Channel Types

Conversion funnel, trends

Legend: Google, paid-keyword visit

Beneficios

Mayor productividad

- Menos procesos manuales
- Aprovechar el conocimiento
- Menos “cuellos de botella” en los procesos.
- Visibilidad y seguimiento puntual de los proyectos
- Base para una mejora continua

Reducción de costos

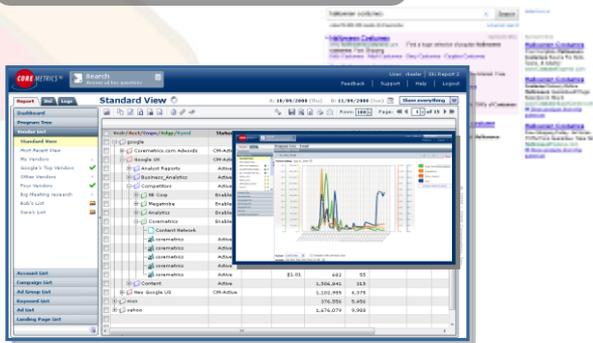
- Menor duplicidad de tareas en el uso de agencias o proveedores.
- Eficiencias en el uso de materiales y servicios externos
- Rapidez en la ejecución

Mejor desempeño a partir de mejores decisiones de mercadotecnia

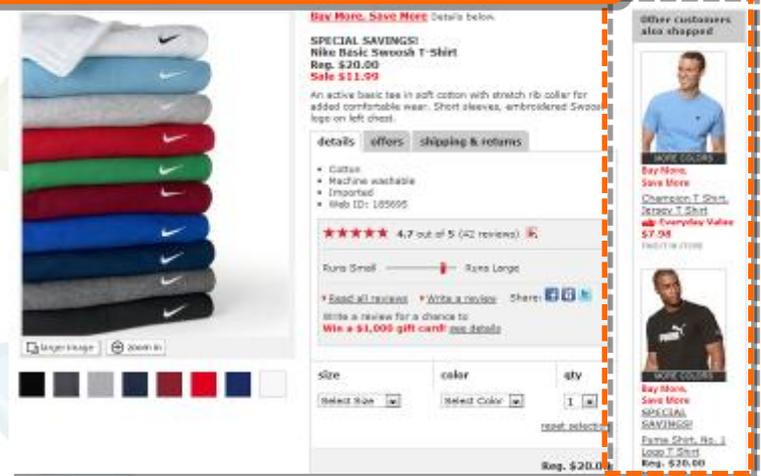
- Menos iniciativas no alineadas a una estrategia.
- Menos iniciativas que confluyan en fechas o recursos.
- Fácil reasignación de recursos en base a métricas y/o prioridades.
- Mejoras en el “time to market” gracias al uso de las mejores prácticas.
- Más tiempo para destinar al pensamiento estratégico y creativo.

Nuestra plataforma de analíticos permite

Search Marketing



Recomendaciones de producto



Email Targeting



Banners personalizados





MUCHAS GRACIAS !

Abraham Geifman
Consultor Smarter Commerce
IBM de México / Software Group

Correo: geifman@mx1.ibm.com

Twitter: [@ageifman](https://twitter.com/ageifman)

Columnas: www.merca20.com
www.cnnexpansion.com
www.elsemanario.com.mx