



INCEPTIO

INNOVATION MINDSET



MARKETING 5.0

UNA PERSPECTIVA ESTRATÉGICA DE ALTO NIVEL

PARTE I

INTRODUCCIÓN

¿Sabías que.....

Actualmente el mercado está compuesto por cinco generaciones que tienen diferentes preferencias y actitudes hacia los productos y servicios?

¿Sabías que.....

Tu negocio necesita responder con una oferta, una experiencia del cliente e incluso un modelo de negocio diferente para cada tipo de generación?

¿Sabías que.....

De acuerdo a los datos de "Transforma Insights" Se estima que para el año 2030, el número de dispositivos conectados (IoT) se triplicará a nivel mundial? Wow. De aproximadamente 8.740 millones en 2020 a más de 25.400 millones en 2030.

Si te resultan interesantes estos datos, quiero preguntarte : ¿Ya lo tenias mapeado en tu estrategia empresarial?

Si tu respuesta es SÍ: ¡te felicito! porque esto representa un mercado potencial a nivel global y seguro ya estás llevando hacia allá tu modelo de negocio.

Si tu respuesta es NO: ¡continúa leyendo que seguro obtendrás información de valor para tu organización.

Este momento es clave para trazar un camino estratégico que permita la permanencia y desarrollo óptimo de tu negocio en el lapso de tiempo, es urgente que las empresas adopten nuevas tecnologías, que se adapten a nuevas maneras de operar y evolucionen en su cultura y actividad.

En ninguna de las generaciones anteriores, el Marketing fue tan preciso y estratégico, pero también nunca antes representó un desafío tan grande para los profesionales del marketing y los empresarios.

Este contenido está diseñado para:

Las personas del área comercial que tienen interés en vender más y mejor.

Los profesionales del marketing que quieren mejorar sus estrategias.

Los directivos y empresarios que quieren innovar de manera constante en su organización.

EVOLUCIÓN DEL MARKETING

Si piensas que ya se ha evolucionado demasiado, esto es tan solo el principio

Demos un repaso acerca de la evolución del marketing generacional cuál fue su identificador :

DÉCADA DEL AÑO 1950

MARKETING 1.0 CENTRADO EN EL PRODUCTO

El objetivo principal era crear los productos y servicios perfectos con el mayor valor en la mente de los clientes.

Los productos y servicios ganadores fueron los que tenían todas las características y ventajas sobre la competencia.

El mayor inconveniente de la era del Marketing 1.0 fue que las empresas a menudo hacían que los consumidores consumieran lo que no necesitaban, lo que a su vez creó la cultura del consumismo.

MARKETING 2.0 CENTRADO EN EL CONSUMIDOR

El marketing evolucionó hacia una fórmula más centrada en el cliente, se centró en comprender la segmentación, la focalización y el posicionamiento. El objetivo pasó de la satisfacción del cliente a la retención.

1960 AL 2000

MARKETING 3.0 CENTRADO EN LAS EMOCIONES Y LOS VALORES DE LOS CONSUMIDORES Y LA MARCA.

Las empresas comenzaron a incorporar prácticas de marketing éticas y socialmente responsables en el modelo comercial.

MARKETING 4.0 CENTRADO EN PREDICCIÓN Y ANTICIPACIÓN

El auge de Internet móvil, las redes sociales y el comercio electrónico cambió la ruta del cliente a compra. Los especialistas en marketing se adaptaron a este cambio comunicando y entregando productos y servicios a través de una presencia omnicanal.

MARKETING 5.0 TECNOLOGÍA PARA LA HUMANIDAD

El marketing 5.0 se materializa en el contexto de tres grandes desafíos: la brecha generacional, la polarización de la prosperidad y la brecha digital, es la primera vez en la historia que cinco generaciones conviven entre sí desde el punto de vista del consumidor.

El marketing 5.0 se basa en la centralidad humana del marketing 3.0 y la destreza tecnológica del marketing 4.0

DEFINICIÓN

DEL MARKETING 5.0

Aplicación de tecnologías que imitan a los humanos para crear, comunicar, entregar y mejorar el valor.

TECNOLOGÍAS QUE INCLUYE EL MARKETING 5.0

- Inteligencia Artificial (IA)
- Procesamiento natural del lenguaje (PNL)
- Sensores
- Robótica
- Realidad aumentada
- Internet de las cosas



COMPONENTES A INCLUIR EN TU ESTRATEGIA DE MARKETING 5.0

Marketing efectivo o marketing ágil

Conformar equipos de trabajo multifuncionales y descentralizados, para conceptualizar, diseñar, desarrollar y validar productos y campañas de marketing rápidamente. 100% de agilidad en la organización y ejecución del trabajo.

Marketing predictivo

Su principio se basa en que cada decisión debe tomarse con datos suficientes en la mano, para esto debe hacerse uso de herramientas de análisis y machine learning que permitan un óptimo análisis de información.

Marketing personalizado

Sensores e interfaces digitales en espacios físicos y digitales, permite realizar interacciones 1 a 1 en tiempo real.

Marketing aumentado

Es el uso de tecnología digital para mejorar la productividad de los especialistas en marketing de cara al cliente con tecnologías que imitan a los humanos, como chatbots y asistentes virtuales.



BENEFICIOS DEL MARKETING 5.0

- Servicios personalizados.
- Estrategias digitales personalizadas
- Nos permite analizar el estado de nuestra marca en forma exhaustiva.
- La forma de comunicarse se realiza por Inteligencia Artificial.

La humanidad es y seguirá siendo el foco principal del marketing.



ESTRATEGIAS

PARA DESARROLLAR CAPACIDADES DIGITALES

Elaborar un plan de transformación digital.

Invertir en infraestructura digital que permita obtener datos de los clientes a través de big data en tiempo real.

Conectar sus activos fijos a activos digitales para incrementar su valor y el valor para los clientes.

Implementar el modelo de todo como un servicio.

Las empresas deben conformar una red de aliados digitales, como científicos de datos, diseñadores de UX y arquitectos de TI.

Construir una cultura ágil con experiencia rápida.

Adoptar tecnologías avanzadas en la experiencia del cliente.



ESTRATEGIAS PARA CONVERTIR CLIENTES TRADICIONALES A CLIENTES DIGITALES

Para promover las interacciones digitales, las empresas deben mostrar los beneficios de conectarse en línea.

Los incentivos positivos pueden tomar la forma de gratificación instantánea, como reembolsos, descuentos y promociones para consumidores en plataformas digitales.

Las empresas deben identificar los puntos de frustración del cliente a lo largo del recorrido del cliente y abordarlos con la digitalización.

Utilizar un chatbot que pueda reemplazar al personal de primera línea para consultas y consultas básicas.



CONCLUSIONES

- Las empresas deben equilibrar dos objetivos: maximizar la creación de valor para el presente y comenzar a posicionar las marcas para el futuro.
- Las empresas requieren incluir en su estrategia empresarial un enfoque generacional.
- En la era digital, el problema ya no es la falta de datos, sino la identificación de los que importan.
- Los clientes siempre activos exigen que las empresas se mantengan al día con la flexibilidad de la organización, lo que exige un enfoque de marketing ágil.
- El análisis predictivo puede ayudar a las empresas a estimar el valor de sus clientes potenciales antes de la incorporación y determinar cuánta inversión se necesita para conseguirlos y hacerlos crecer.
- El internet de las cosas y la inteligencia artificial hacen una combinación poderosa con el objetivo de crear una experiencia de marketing contextual en el mundo físico.
- La analítica en tiempo real permite a las empresas captar información del mercado rápidamente.

Si deseas implementar una estrategia de marketing 5.0 en tu organización.

¡Este es el momento!

CONTÁCTANOS

Tu estrategia de marketing 5.0 está en manos de los expertos.