

# MasterPlan Digital

La Empresa Líder en  
Educación Digital

Te acompañamos en tu transición digital para  
aumentar las ventas y mejorar la competitividad  
de tu empresa.



- ✓ No somos una agencia
- ✓ Nuestra misión no es reemplazar o competir con las agencias externas
- ✓ Al contrario nos interesa potenciar la relación con las agencias y los equipos de Marketing de las empresas.



Enseñamos y trabajamos junto  
a las empresas en el diseño  
y la ejecución de un  
**MasterPlan Digital**

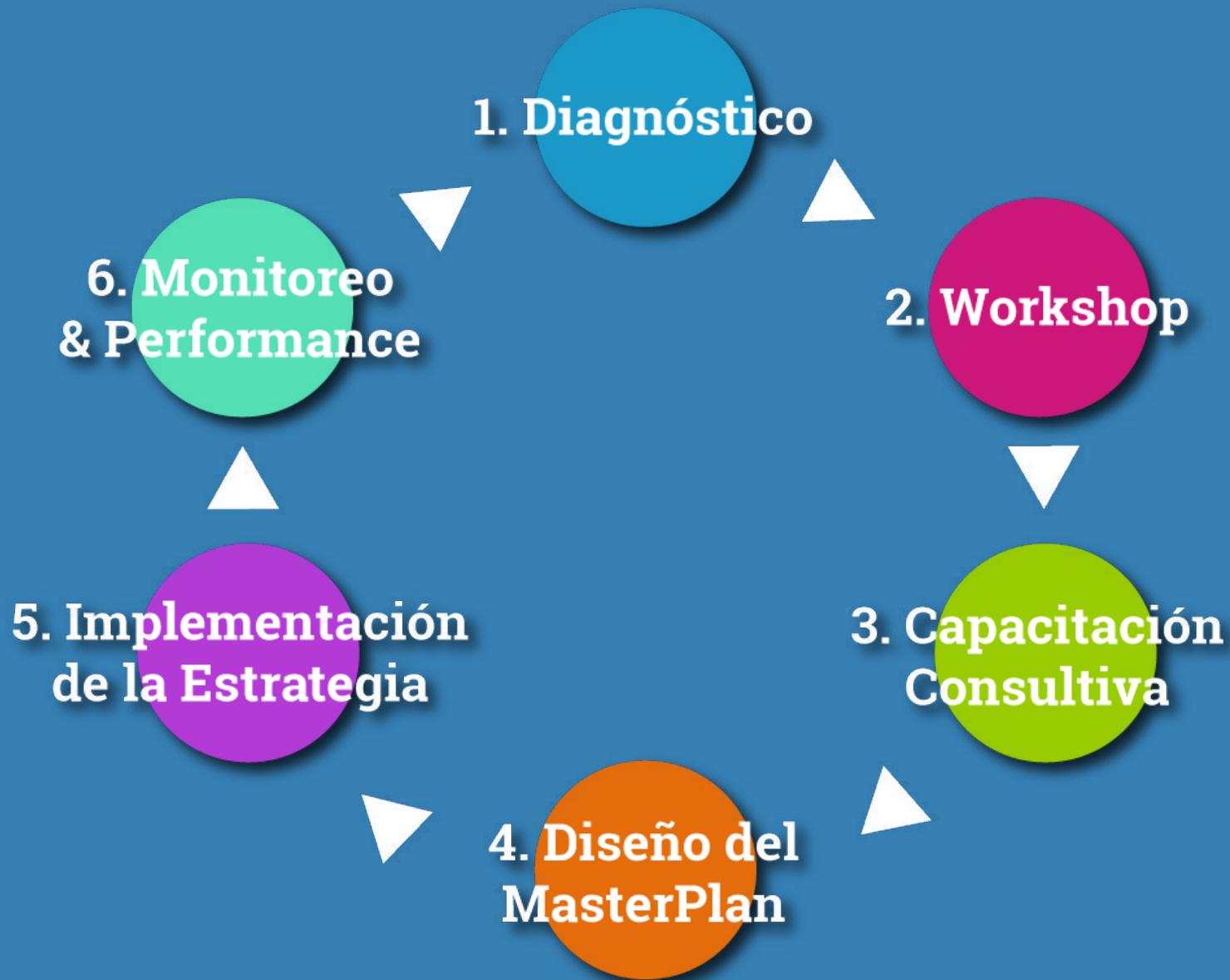
# FUNDAMENTOS

# MasterPlan Digital

El mapa dinámico que le permitirá a su empresa **aumentar las ventas** mediante un proceso de capacitación consultiva que favorecerá

**la sustentabilidad Digital de la empresa.**

# LAS 6 ETAPAS



# 1. Diagnóstico

Semana

1 a 3

**ANTES DE VOLVERNOS LOCOS CON  
LAS IDEAS, LAS CAMPAÑAS, LAS  
METRICAS, Y LOS KPIS  
NECESITAMOS EVALUAR  
TU SITUACIÓN ACTUAL**





# Benchmarking

**ANÁLISIS  
DE LA  
COMPETENCIA**

**ANÁLISIS  
DE LOS  
LIDERES  
DE LA  
INDUSTRIA**

**ANÁLISIS DE  
SUSTITUTOS  
Y COMPETENCIA  
INDIRECTA**

**ANÁLISIS DE LOS LIDERES MUNDIALES**

**TIPOS: COMPETITIVO, INTERNO O FUNCIONAL**

# Análisis del mercado de negocio

Entender la **oferta de valor** diferencial



**Mercado objetivo** y **clientes target**



Mecanismos de **relacionamiento** con los clientes



**Canales de distribución y comunicación**



# 2. Workshop

Semana 4

## CAPTURAR TRÁFICO



## TRANSFORMAR CONVERTIR

**WEBSITE**  
ESPACIO DIGITAL  
DE LA MARCA

## DISTRIBUIR VALOR

CONTENIDO  
SAMPLING  
EXPERIENCIAS  
ORGANIZACIÓN  
INFORMACIÓN  
COMUNIDAD  
SOPORTE



RECONOCIMIENTO  
VIRALIDAD  
ENGAGEMENT  
AFILIACIÓN  
COMUNIDAD  
PRESCRIPCIÓN



INFORMACIÓN  
CLIENTES  
VENTAS  
APOYO COMERCIAL



CONSUMER INSIGHTS  
FEEDBACK  
VENTAS  
MEJORAR EL CANAL



# 3. Capacitación Consultiva

Semana

5 a 7

# Tu marca en el ecosistema digital



# CROSS-MEDIA MARKETING



# 4. Diseño del MasterPlan

Semana

8 y 9

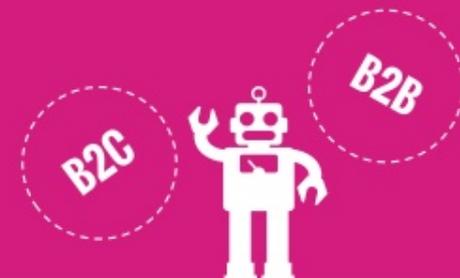


**AHORA QUE YA CONOCEMOS LA EMPRESA  
Y SU ENTORNO, TENEMOS QUE  
ENFOCARNOS EN ANALIZAR LA ESTRATEGIA  
COMERCIAL, DE MARKETING Y DIGITAL**



# Análisis de la estrategia de marketing

Para lograr óptimos resultados, no sólo debemos medir al **cliente directo** sino también a los **demás actores** y revisar tanto los **objetivos de captación** como de **fidelización**.



# Análisis de la estrategia de marketing



**Conocimiento** de Marca



**Posicionamiento** de Marca



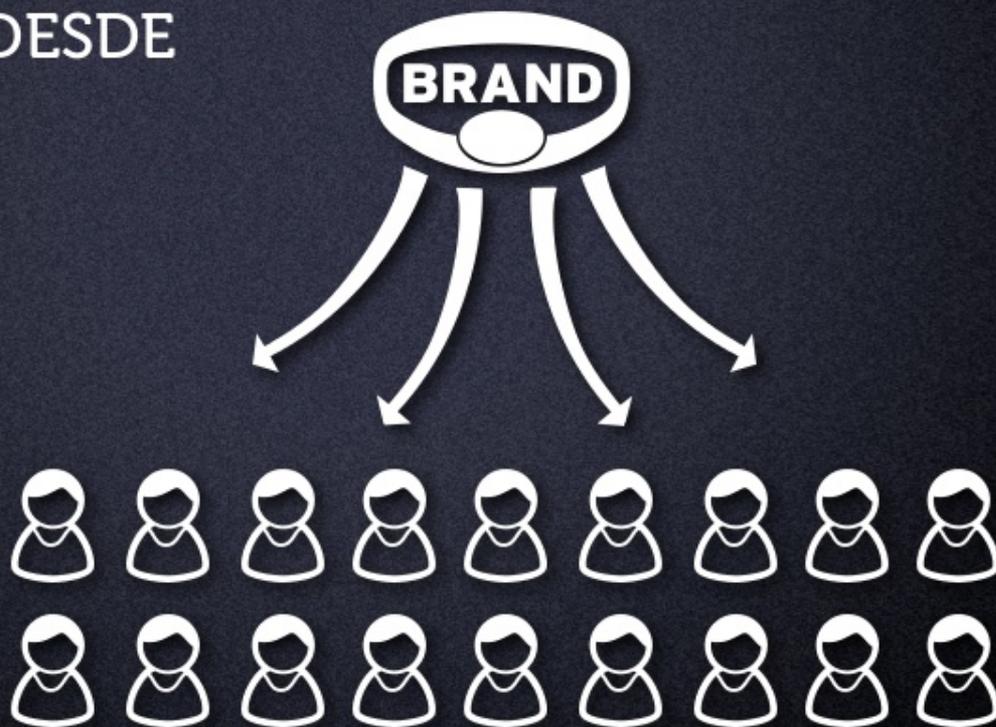
Generación de **Prospectos**



**Fidelización** de Clientes

# LA VOZ DE LA EMPRESA

ANTES LAS MARCAS  
COMUNICABAN DESDE  
SU PÚLPITO



Cliente

Marca



# LA VOZ DE LA EMPRESA

AHORA LA MARCA  
ESTÁ EN LA  
CONVERSACIÓN.

PARTICIPA DE ELLA Y  
SE RELACIONA CON  
LOS CONSUMIDORES.

SE CREAN  
COMUNIDADES EN  
TORNO A LA MARCA





**Marca**

**Cliente**

# LA NUEVA ECONOMÍA

DIGITAL

FACILITADOR

DIVERSIDAD

COOPERACIÓN

++

CONECTAR

RED

++

# ECONOMÍA DE RELACIONES

COMUNIDAD

ATENCIÓN

## ¿Dónde estamos ahora?

Ecosistema Digital  
Análisis de Clientes  
Situación de Mercado  
Análisis comparativo con competidores  
Macroentorno  
Tus capacidades  
Análisis DAFO Digital

Análisis de situación

## ¿Hacia dónde queremos ir?

Definir Misión  
Metas generales del negocio  
- Ventas  
- Comunicación  
- Atención al cliente  
- Ahorro de costos  
- Añadir valor  
Definición de objetivos SMART  
Selección de KPI's

Objetivos

## ¿Cómo llegamos ahí?

Estrategias de segmentación y targeting  
Posicionamiento  
Propuesta y marketing mix  
(Producto, Precio, Distribución, Promoción, Servicios)  
Estrategia de contenido  
Estrategia de comunicación digital

Estrategia

## ¿Cómo vamos a llegar ahí?

Actividades de alcance (Seo, Ccp, Mkt de afiliación, etc)  
Actividades de acción y conversión  
Actividades de engagement

Tácticas

Acciones

## ¿Cómo mediremos el desempeño?

KPI's  
Analítica Web

Control

## Los detalles de las Tácticas

Quién lo hace  
Qué hace  
Cuándo lo hace

# 5. Implementación de la Estrategia

Semana

10 a 19



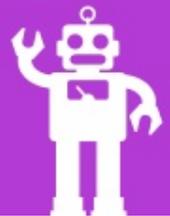
COMO  
EN UNA GUERRA  
LUEGO DE LA TACTICA  
Y ESTRATEGIA, **LLEGA EL  
MOMENTO DE ENTRAR EN ACCIÓN.**

# AHORA A PONERNOS CREATIVOS Y DISEÑAR LAS CAMPAÑAS



# *Diseño de Campañas*

Las campañas nos ayudan a podernos acercar de manera creativa a nuestros **objetivos de negocio**, ya sea dar a conocer nuestra marca, capturar nuevos cliente o fidelizar los actuales.



# *Diseño de Campañas*

SE CREAN CAMPAÑAS BASADAS EN 4 PILARES



# *Ejecución del Plan de Campañas*

**Ahora debemos ejecutar las campañas paulatinamente, tratando no sólo de impactar el mundo online sino también el offline para tener una **estrategia integrada****



# 6. Monitorio & Performance

Semana  
20 a 21

# Y COMO DICEN GRANDES MENTES COMO W. EDWARDS DEMING... **LO QUE NO PODEMOS MEDIR, NO EXISTE**

Dreamforce Social Media Command Center Powered by marketing cloud

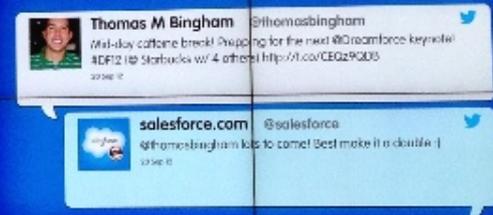
What people are saying about #DF12 today



Dreamforce social mentions year-over-year



Latest conversation about #DF12



Follow @salesforce on Twitter and see yourself here!



# Medición de Resultados

Utilizamos lo último en **herramientas de medición** para poder tener el control total de cada campaña y poder realizar los cambios que queremos durante el proceso



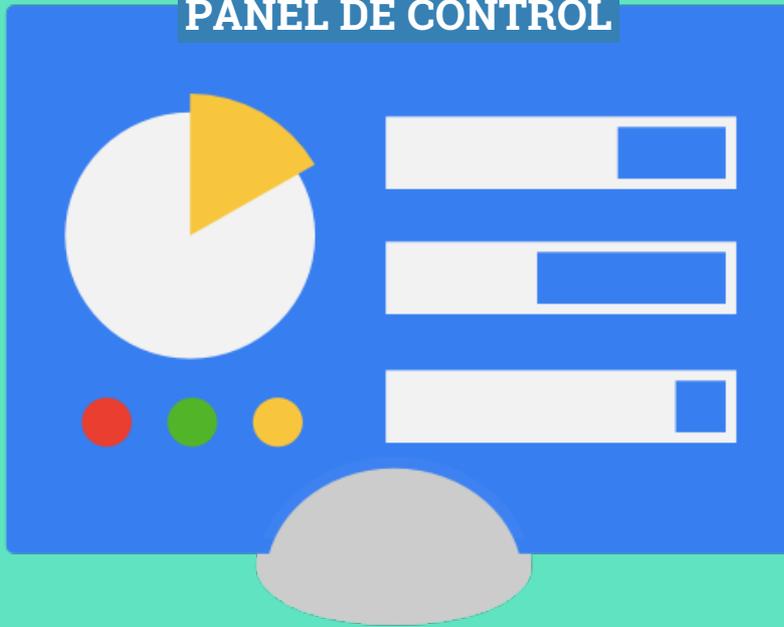
# Medición de Resultados



UTILIZAMOS UN **MODELO DE MEDICIÓN CREADO POR NOSOTROS** QUE AGRUPA LAS PRINCIPALES MÉTRICAS EN UNA PANTALLA DE VISIÓN SIMPLE, QUE TE DARÁ SIEMPRE UNA VISIÓN COMPLETA DE TUS CAMPAÑAS Y SU REPERCUCIÓN EN \$ (ROI)

# Performance

## PANEL DE CONTROL



### ECOSISTEMA DIGITAL

SITIO WEB  
ADWORDS  
REDES SOCIALES  
EMAIL

KPI

PERFORMANCE

# Entrega del MasterPlan Digital 22 a 24



# Cronograma de actividades

# Cronograma de actividades

## ETAPA/SEMANAS

---



# + de 1500 Clientes en Latam



STARTERDAILY

+ de 50.000 usuarios probaron nuestros cursos

*"Daría todo lo que sé a cambio de la mitad de lo que ignoro."*

*René Descartes*

# MasterPlan Digital