

ProMarketing 1.0

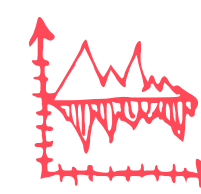




PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Introducción

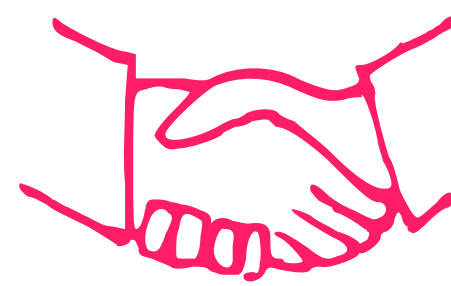
Esta es una herramienta esencial para entender cuáles son los términos y procesos claves **del mercadeo y la publicidad** y sirve como complemento para potenciar productos o servicios.



Aprendizajes:

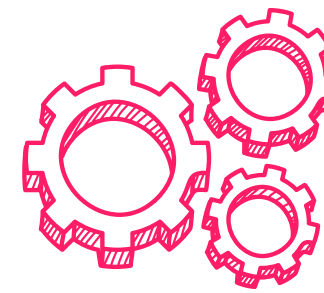
- Aquellos elementos básicos del marketing
- Los procesos esenciales para construir una marca
- Conceptos de comunicación, publicidad y medios
- Puntos esenciales del marketing digital

Estas son algunas de las definiciones de Marketing que pueden brindar un contexto general:



“El mercadeo consiste en un proceso administrativo y social gracias al cual determinados grupos o individuos obtienen lo que necesitan o desean a través del intercambio de productos o servicios”

Philip Kotler.



“El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización”

Staton, Etzel y Walker.



“El marketing es el proceso de crear, comunicar y entregar valor a los clientes y gestionar las relaciones con los mismos, con el fin de vender productos o servicios”

American Marketing Association.



Las Actividades del Marketing:

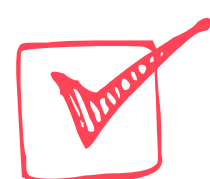
La Investigación de mercados:

“Es la recopilación, el registro y el análisis sistemático de los datos con respecto a un mercado en particular, donde mercado se refiere a un grupo de clientes específico en un área geográfica específica”, *American Marketing Association*.

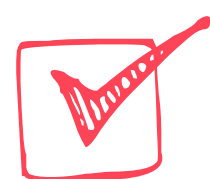
Y estos son algunos de los tipos de investigación que existen: **Investigación cuantitativa, cualitativa**, de antecedentes, motivacional, experimental, exploratoria, y concluyente.



Están las que llamamos “4Ps”, que son aquellas preguntas que uno debe hacerse antes de tomar una decisión:

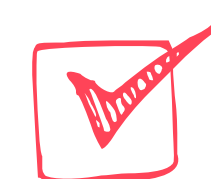


Producto: ¿Qué tipo de producto o servicio se va a ofrecer? ¿Cuáles son los estándares de calidad? ¿Cuál es el nombre de la marca? ¿Qué tipo de embalaje o cajas se utilizarán? ¿Qué tamaño(s) se ofrecerá(n)?



Precio: ¿Qué precio se fijará para el producto? Es importante mantener registros para poder determinar el costo de producción para así poder saber a qué beneficio desea apuntar. Si es posible, también es importante establecer el precio teniendo en cuenta cómo cubrir los gastos e ingresos. Entonces, ¿cuáles son los términos de crédito?

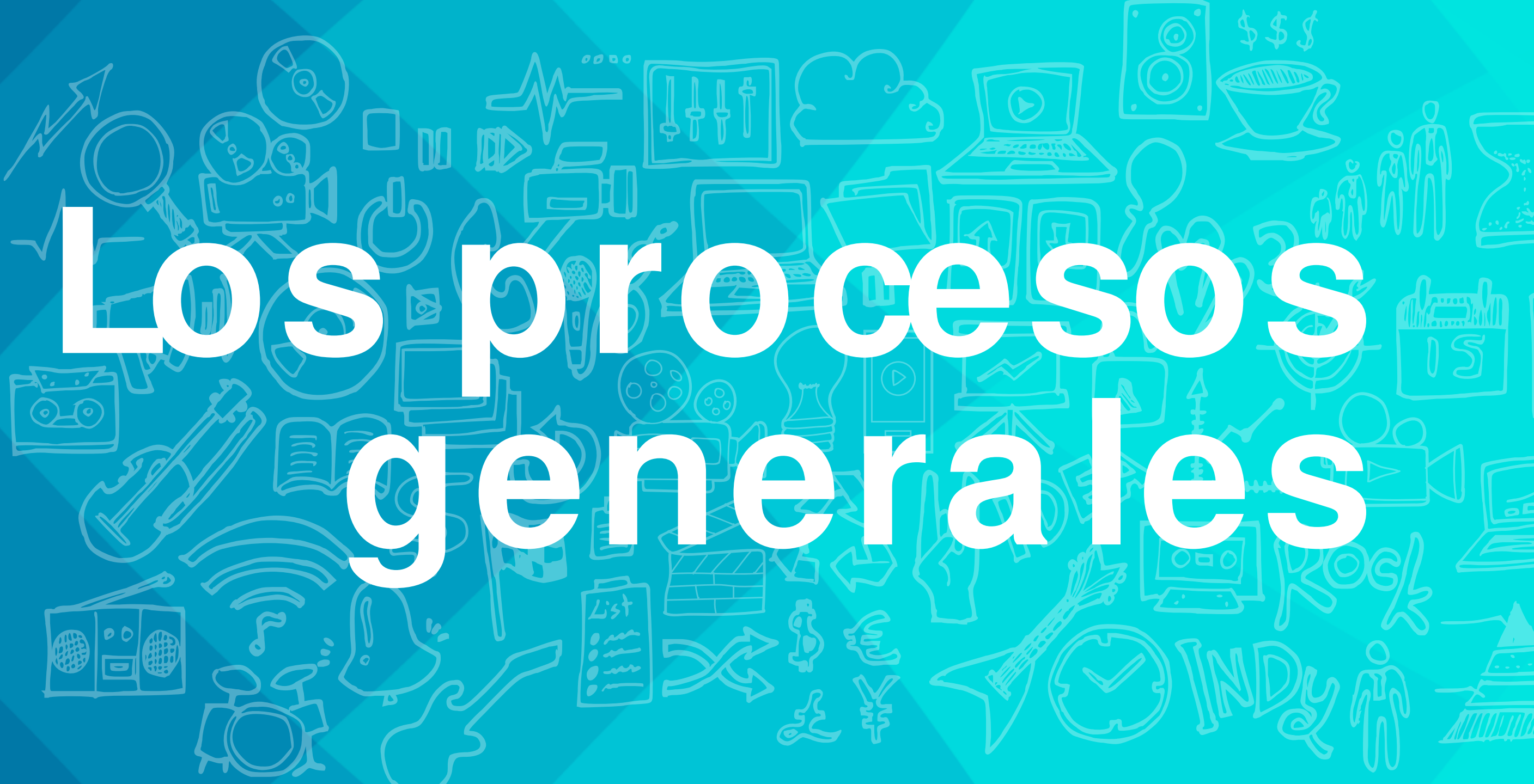
Plaza o el lugar: ¿A qué canal(es) de mercado se dirigirán para las ventas? (Por ejemplo: una tienda de comestibles al por menor, restaurantes, grandes superficies, e-commerce, etc.) ¿Qué lugares, ciudades o países?

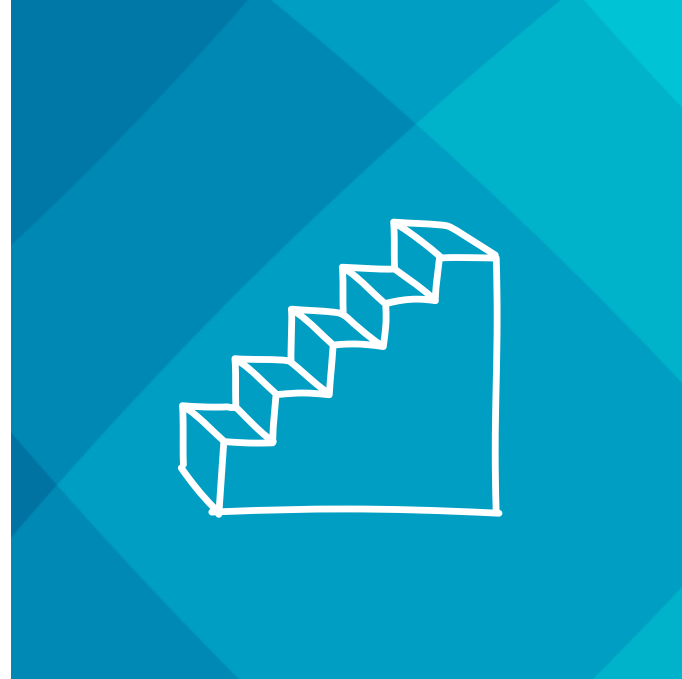
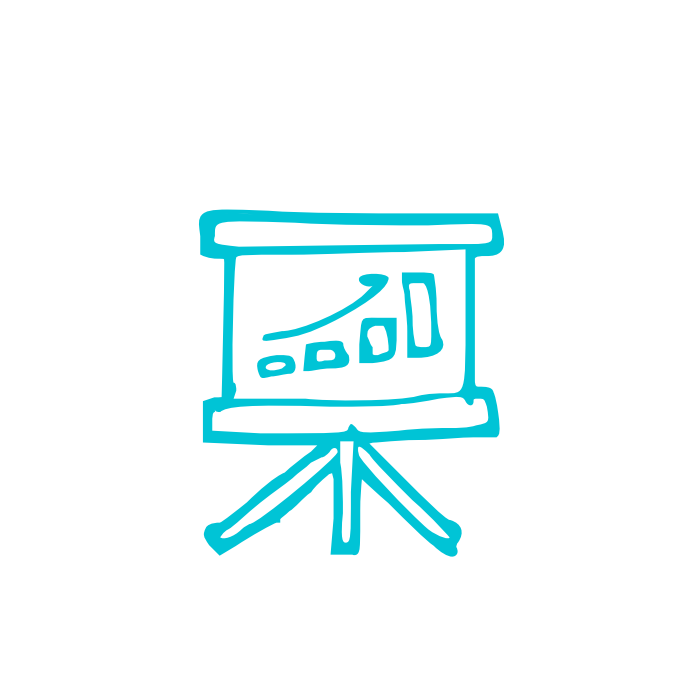


Promoción: ¿Se ofrecerán promociones o descuentos? ¿Los descuentos se basarán en el volumen? ¿Se participará en publicidad paga? ¿Se desarrollarán materiales de comercialización para usar en el punto de venta?



Los procesos generales





La comercialización de un **producto** o un **servicio** incluye todos los pasos entre la producción o desarrollo de estos, hasta que llegan a las manos de los consumidores, pasando por compradores, legislación, proveedores, procesos contables y marcarios, permisos, embalaje, promoción, y publicidad.

Hay que determinar a qué clientes dirigirse y a través de qué medio, y para ello es bueno preguntarse cómo elegir un segmento de clientes rentable, o cómo conocer las necesidades de un cliente.



Hay que determinar a quién va dirigido el producto o servicio. Considerar a qué población demográfica se le va a apuntar (teniendo en cuenta que puede ser urbana o rural, tener determinado nivel educativo y de ingresos, determinada cultura y religión, y presencia de la competencia.) También se pueden determinar características adicionales, llamadas psicografías, para así poder determinar el público objetivo o target, el potencial comprador o cliente (Pueden ser universitarios, madres primerizas, backpackers, etc.)



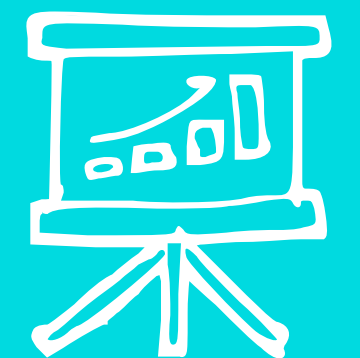
Se deben evaluar los canales de mercado para entender y determinar cuáles serán óptimos para los objetivos planeados.



Son muy importantes las políticas gubernamentales, pues se deben conocer las regulaciones del mercado para el canal de mercado deseado y así identificar cuestiones relacionadas con el acceso a los mercados y las barreras para ingresar a un canal de mercado. Preguntas como: ¿Se requiere una licencia comercial para operar un puesto de carretera? ¿Es una certificación del productor requerida para vender en un lugar específico?

Otra tarea importante es la **evaluación de la demanda del producto o servicio**. Se debe hablar con los posibles compradores y descubrir si tienen una necesidad, qué producto están buscando, en qué cantidades, etc. Se pueden llevar a cabo **investigaciones de mercado para entender el contexto** y las necesidades que luego sirvan para tomar decisiones de producción, contratación e inversión, por ejemplo.

También se debe desarrollar la marca y la propuesta de valor, pues una vez haya sido identificado el segmento de clientes objetivo, se deberá desarrollar una marca y **propuesta de valor que refleje las necesidades específicas**.





La Marca



ABC
DEF

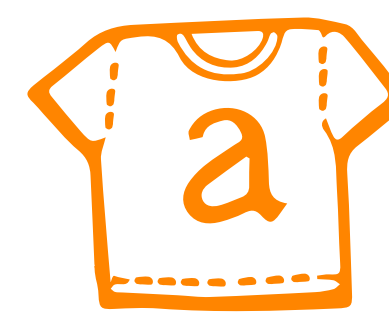
Con respecto a la identidad visual, es común confundir los conceptos de imagen de marca e identidad de marca. **La imagen de marca** es la percepción que tenemos sobre lo que proyecta hacia el exterior una marca. E **identidad de marca** es el conjunto de elementos característicos que construyen la marca, que se pueden crear y gestionar. El logo, su nombre, los elementos visuales asociados a la marca como ilustraciones, colores y fotografías, hacen parte de ese imaginario visual que se construye para la marca.

El logo es la forma distintiva que se le da formalmente al nombre de la marca, o sea, el logotipo o símbolo que la identifica, así como la manzana que representa a la marca Apple. Algunas marcas como Panasonic no tienen símbolos. Y hay otras que tienen logotipo y símbolo como McDonald's, por ejemplo, y otras cuyo símbolo es su máximo identificador, como lo es el caso de Nike. **El logo puede adoptar cualquier forma que esté ligada a las asociaciones o posicionamiento de la marca**, y debería ser coherente con esto y desarrollada para impactar positivamente al usuario de la marca, para lograr así una conexión clara y emocional con éste.

El nombre es el activo más importante de la marca, y es aquello por lo que la marca se recuerda y por lo que se habla de ella. **Es más fácil cambiar de logo que de nombre**, si se cuenta con una buena reputación. Hoy en día, lograr un nombre claro, corto, agradable y susceptible de pronunciarse en muchas lenguas, que sea registrable y con posibilidad de dominio en la WEB, representa toda una ventaja y hay agencias especializadas para solucionar este problema.

La Estrategia de Negocio vs. la Estrategia de Marca:

La marca debe nacer claramente de la estrategia de negocio, y su gestión debe apuntar a que -a base de con anza- se posicione en la mente de su público, transmitiendo atributos propios y creíbles a través de los cuales se perciba su valor relacionado a lo que hace sentir la marca a su consumidor, y a cuánto pagaría por ella. También es brindar al consumidor la impresión correcta de ella a través de lo que escuchamos de ella, de lo que vemos de ella, de lo que experimentamos desde su empaque, su punto de venta, su página web, un folleto, etc., y que podamos también -como consumidores- transmitir lo que nos hace sentir, lo que ha puesto en nuestra vida, lo que la diferencia o nos diferencia a nosotros al usarla. El concepto de marca se vuelve cada vez más amplio y más conectado a nuestra intención de negocio.

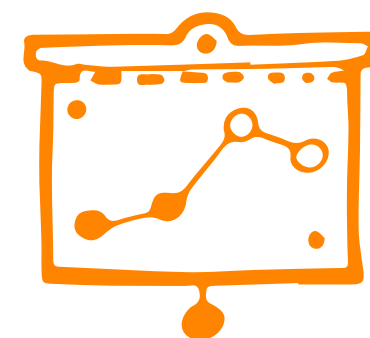
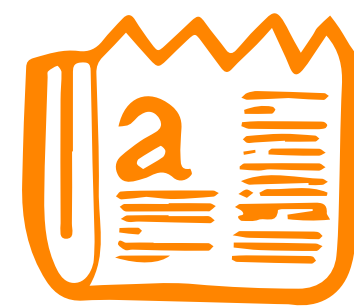
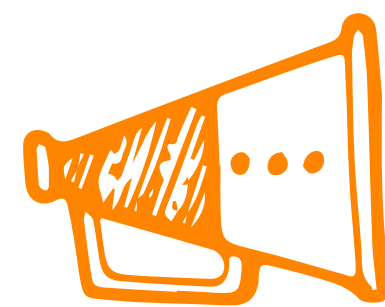


Hay algo que es fundamental en la construcción de una marca, y es dotarla del contenido adecuado para que así construya los significados correctos. **Por eso es que la estrategia de marca construye valores con los que se puede o no identificar el target. Estos valores de marca le dan un significado más allá de lo funcional para diferenciarnos de la competencia, porque hacen parte de su ADN, ayudando a delimitar su comportamiento y personalidad.**

<http://www.branzai.com/2013/03/el-valor-de-los-valores-de-marca-como.html>

Veamos el ejemplo de Dove, con su campaña “Belleza Real”, en la cual -sobre el valor de la HONESTIDAD, mostrando mujeres reales sin Photoshop- construye en pro de la autoestima de todas las niñas y mujeres del mundo.

Puedes ver la campaña en este link: <https://www.dove.com/us/en/stories/campaigns.html>





Si una marca es la suma de todo lo que hacemos, la suma de las percepciones que proyectamos en cada uno de nuestros puntos de contacto y que -a través de su **poderoso significado nos ayuda a competir con una posición en el mercado impactando positivamente el negocio**- es imposible concebir al negocio y la marca separadamente, pues el negocio de **nitivamente** afecta a la marca.

Un negocio debe responder a las necesidades competitivas y oportunidades para conectarse con sus audiencias desde el enfoque de marca. Desde la visión de negocio, su propósito, su estrategia de crecimiento, de inversiones, de innovación, de desarrollos de mercados, de comercial, de recursos humanos, de precios de distribución, etc., si no se apoyan en la marca puede deteriorar su capacidad competitiva, desenfocar sus objetivos, cometiendo el error de adoptar una estrategia de marca que -aunque pueda ser exitosa- no está relacionada con realidades del negocio y no trabaja en concordancia con sus objetivos, lo que puede llevarlo al fracaso.

Entonces, queda claro que hace falta un **modelo de negocio exitoso y una marca que pueda evidenciarlo** y potenciarlo a través de realidades como experiencias, mensajes, y otras formas de conectarse con su público que lo harán competitivo con una posición contundente, diferenciada y relevante.

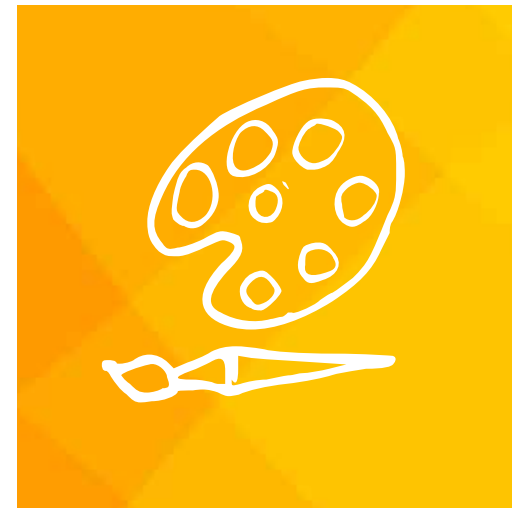
La Protección Legal

La ley creó un sistema de apropiación de marcas que se rige por los mismos principios en casi todos los países del mundo.

Esta ley reconoce que las marcas condensan la reputación del empresario, así como que son medios publicitarios que le permiten a los empresarios comunicarse o conectarse con un mercado en particular.

Así es que la ley establece qué puede constituir marca a **ñes de ser apropiada por una sola persona**, de suerte que sea esta la única que la use en un determinado mercado y la explote en toda su dimensión, evitando así que sus competidores la imiten o se aprovechen de la reputación que transmite a los consumidores.










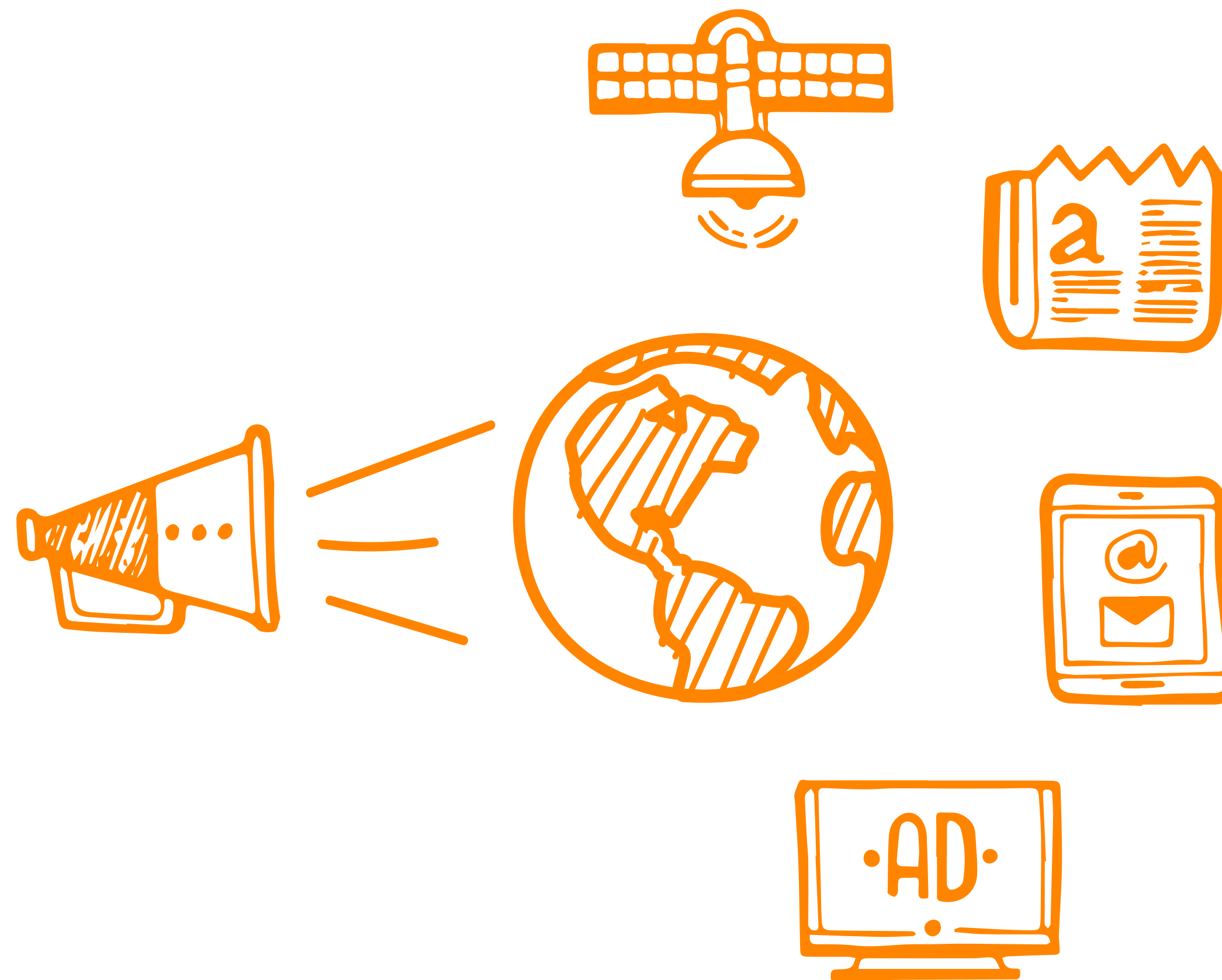


Lo que puede ser una marca desde el punto de vista legal:

Colombia hace parte de un tratado internacional (ADPIC), donde los países acordaron que una marca puede ser cualquier signo o combinación de signos que sea capaz de distinguir los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas. Dichos signos pueden ser las palabras (incluidos los nombres de personas), las letras, los números, elementos figurativos, colores o combinación de colores, y las formas de envases, entre otros.

La gran mayoría de países prohíben el registro y la apropiación de marcas que:

-  Sean el nombre genérico del producto o servicio (Por ejemplo, reloj para relojes).
-  Describa una calidad o característica esencial del producto o servicio, o de información relevante del mismo, incluyendo expresiones laudatorias (como Barato, 2x1, Ácido, Magnífico, etc.).
-  Sea el término comúnmente utilizado en el país para referirse al producto (chuspa, chompa).
-  Pueda engañar al consumidor sobre la calidad, característica u origen del producto o servicio.
-  Sean iguales o semejantes a una marca previamente protegida, cuando los productos o servicios que ellas identifican puedan generar en el consumidor confusión o la idea de provenir de un mismo empresario.
-  Sean iguales, semejantes, reproduzcan, traduzcan o transliteren marcas famosas (que son conocidas como notorias) con independencia de si los productos o servicios son iguales o no, si se causa un riesgo de confusión o de asociación, o si se afecta su valor publicitario.
-  Puedan afectar derechos de terceros en general.



Por esto es muy importante advertir que los empresarios de un sector están constantemente buscando conectarse con sus consumidores a través de diferentes identificadores comerciales (que pueden constituir marca) y, dado que el consumidor será el mismo, resulta muy importante ser el primero en llegar con ese mensaje y, en la medida de lo posible, apropiarse de él para que los demás empresarios deban acudir a otros esfuerzos para ganar su clientela.



Packaging (el Empaque):

El packaging tiene como primer objetivo atraer la atención de los clientes y ser la principal ventana de comunicación con el consumidor. La presentación de un producto es fundamental, pues el consumidor decide qué compra cuando está delante del producto, y en ese momento lo único que ve es la etiqueta, la caja, el envase que lo presenta independiente de otros esfuerzos que se hagan en publicidad.

Un buen empaque es quizás el elemento que hace más perdurable la imagen de marca de un determinado producto. Aspectos como **funcional**, lo **reutilizable** que sea y un **diseño atractivo**, son esenciales para que el envase se convierta en un valor añadido al producto final.

El packaging también se refiere al proceso de diseño, evaluación, y la producción de paquetes. Y puede ser descrito como un sistema coordinado de preparar mercancías para el transporte, almacenaje, logística, venta y el empleo final por parte del cliente.

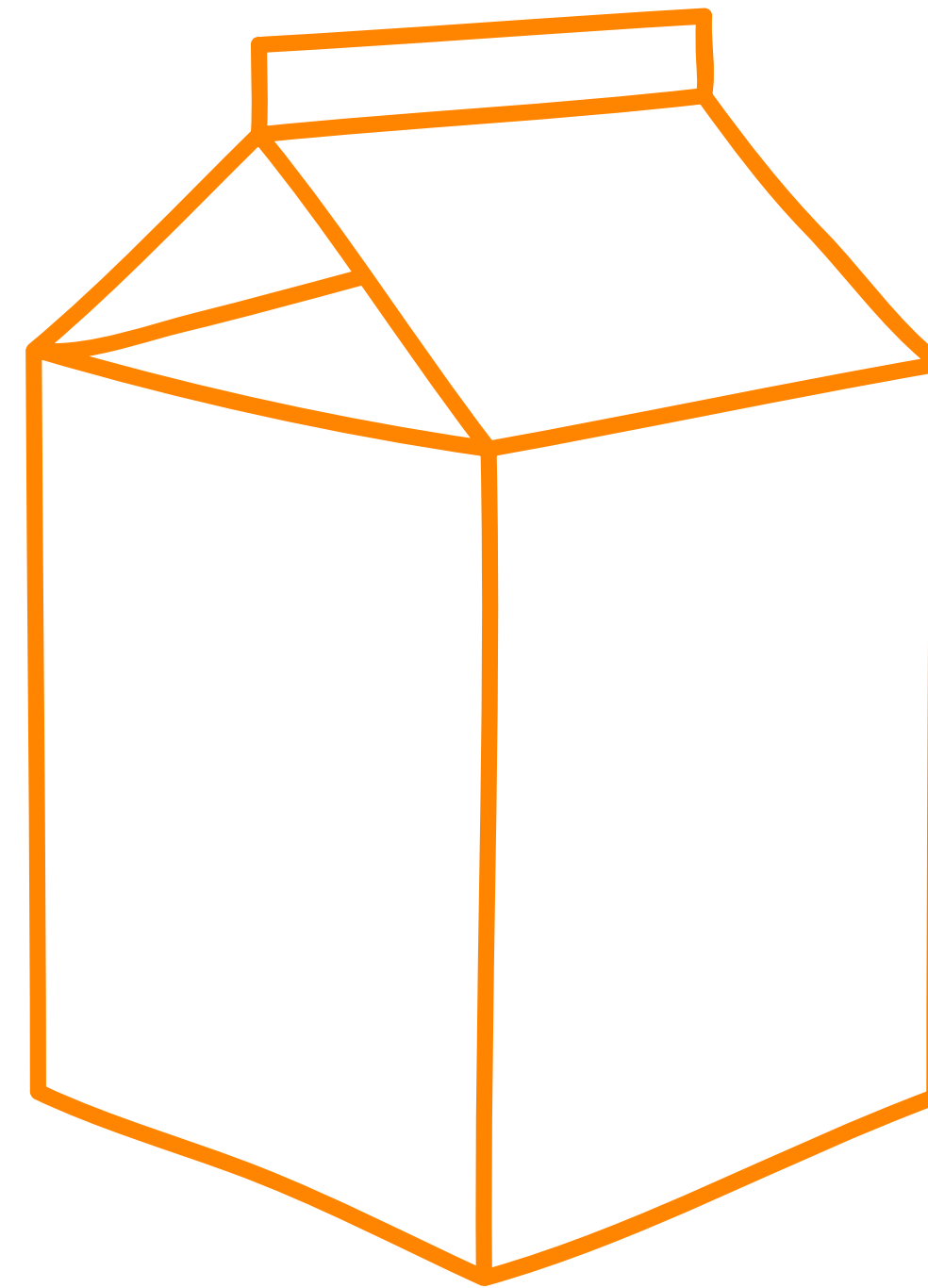
Muy importante también:

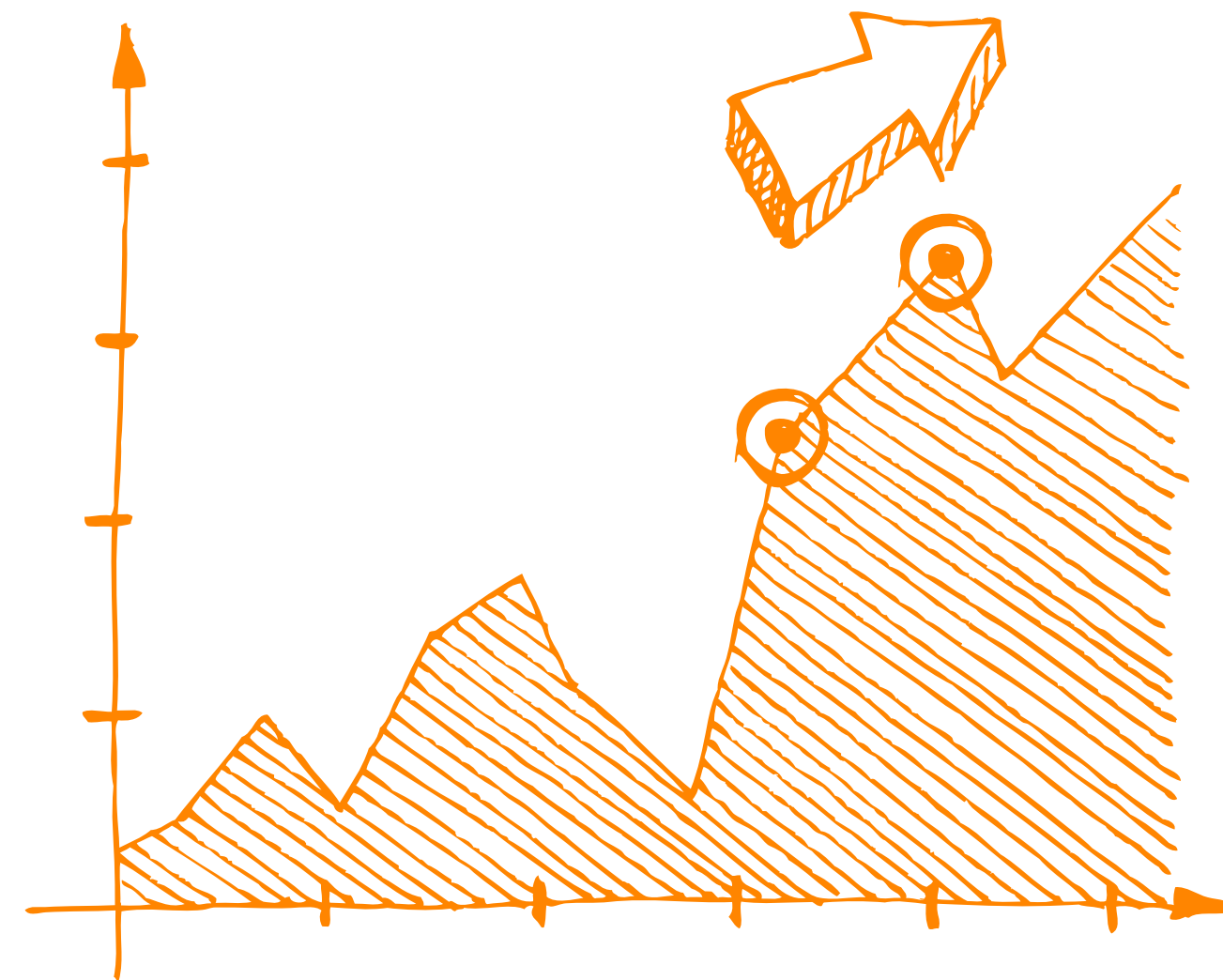
Debe diseñarse para contener una cantidad específica de producto de forma eficiente y cuantificable.

Debe estar diseñado de forma que se proteja el producto que contiene, el cual se mantendrá en perfectas condiciones hasta que llegue al consumidor final.

Facilitará la manipulación del producto, su almacenamiento y hará uso de los signos universales que indican temas como cuántas unidades se pueden apilar, qué lado del packaging debe mantenerse hacia arriba, etc.

El empaque se puede considerar como un elemento de venta, su diseño gráfico es un factor decisivo de señalización, diferenciación, exclusividad y estética.





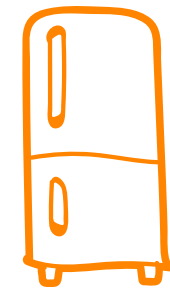
Brand Assets:

Son aquellos elementos de valor en los que se ha invertido (no gastado), que permiten aumentar el valor de la marca y, en definitiva, del negocio, independientemente de la presencia que se tenga en los medios de comunicación por la publicidad que se hace allí.

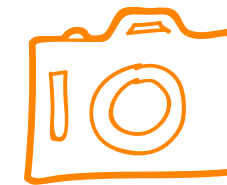
Ejemplos: la historia de la marca, SPOTS, documentales, programas desarrollados, website, slogan (el lema) de marca, y hasta la marca misma.

La propuesta de valor:

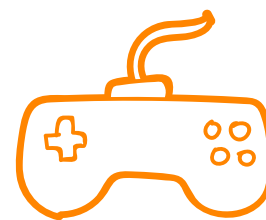
Una propuesta de valor es una **promesa de entregar un valor significativo a través de productos y servicios específicos** con diferenciación significativa de la competencia. Esta propuesta de valor es la razón por la cual un cliente potencial debería comprar el producto ofrecido.



La declaración de la propuesta de valor explica cómo su producto resuelve los problemas de los clientes o mejora su situación (pertinencia)



Ofrece beneficios específicos (valor calificado)



Le dice al cliente ideal por qué debería comprarle a usted, y no a la competencia (diferenciación o unicidad del producto)



Es fácil de leer y comprender, por lo que debe estar en el idioma del cliente

Tips para su construcción:

Preguntas que deben ser formuladas para establecer la marca y propuesta de valor

¿Por qué debería un cliente potencial comprarme a mí en lugar de hacerlo a mis competidores?

¿Qué me diferencia de otros competidores?

¿Estoy certificado?

¿Sigo prácticas laborales sostenibles?

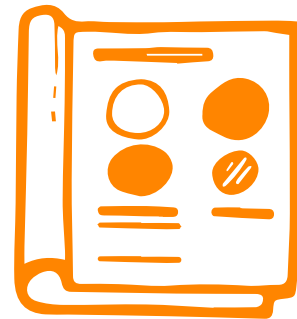
¿Cuál es mi historia única?

¿Por qué hago lo que hago?

¿Cuánto tiempo he estado en este negocio?

¿Cuál es mi relación con la comunidad?





Tips para su construcción:

El título determina el beneficio de la oferta en una oración corta. Se puede mencionar el producto y/ o el cliente. **Debe atraer la atención e incluir declaración de impacto.**

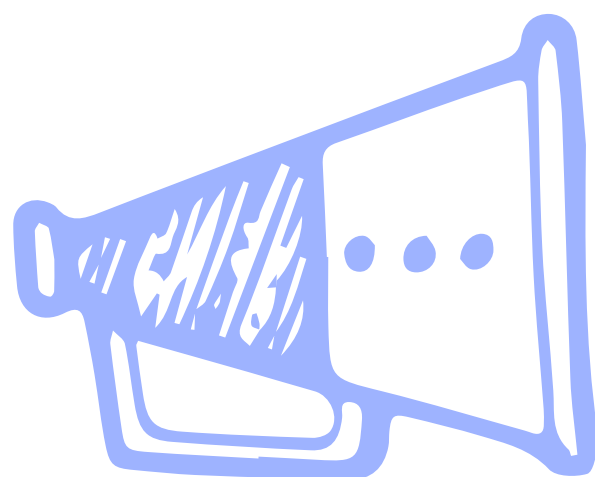
Subtítulo o párrafo de dos o tres oraciones. **Se trata de una explicación específica** de lo que se debe hacer y ofrecer, para quién y por qué es útil, y quién se beneficia.

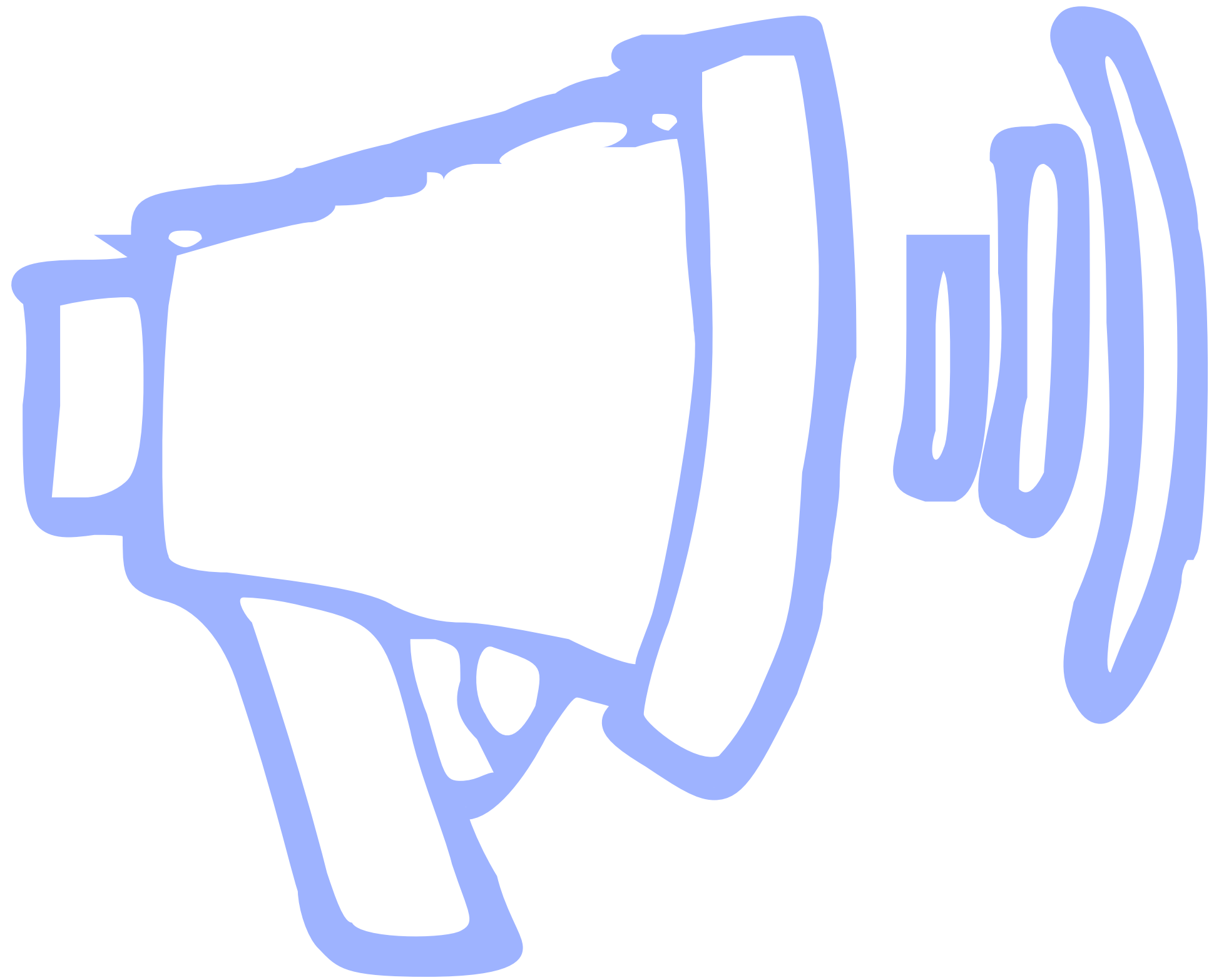
Lista de beneficios clave, variedades, y atributos.

Visual: Es cierto que **una imagen vale más que 100 palabras**, por eso, sugerimos mostrar una imagen que refuerce el mensaje principal.



El reconocimiento de marca se produce a través de una estrategia de comunicación consistente. Por ello es importante comunicar la marca y la propuesta de valor a los compradores, los clientes, el target, y el público objetivo de manera efectiva.





Las Estrategias de Comunicación:

La estrategia de comunicación es diseñada por una agencia de publicidad para así comunicar de manera efectiva y cumplir con los objetivos marcados por la compañía para la que trabajan (el llamado cliente).

Para el desarrollo de las estrategias de comunicación deben tenerse en cuenta los siguientes pasos:



Descripción del Contexto General (dentro del marco o intereses de la categoría en la cual se mueva la marca o el negocio).



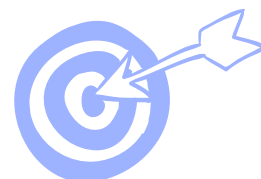
Análisis de la situación actual de la marca, el reto, la necesidad y los factores positivos o negativos que deben ser tenidos en cuenta.



Análisis de la Competencia: la competencia debe ser identificada para así poder analizar quién roba mercado, y –por ejemplo- qué están haciendo otras marcas similares que deben tenerse en cuenta.



Definición de los Objetivos que se deben lograr (los objetivos de negocio y los objetivos de comunicación): se debe determinar de manera específica qué se quiere lograr con los mensajes. Para ello se puede utilizar la regla o método SMART para la realización de los objetivos (que son específicos, medibles, asignables, realistas, y de una temporalidad específica).



Identificar el Target: se debe definir el público al cuál se dirigen los mensajes



Mensaje Central: se debe determinar qué es lo que se va a comunicar que cambiará el comportamiento frente a la marca o categoría, y con lo que se lograrán aquellos objetivos que fueron definidos.



Canales de Comunicación: se deben identificar los canales y/ o los medios que se activarán, siempre teniendo en cuenta las necesidades y el target.

<http://www.benitezrafa.es/como-desarrollar-una-estrategia-de-comunicacion-en-8-pasos/>

Los Territorios de Comunicación/ Marca:

Las agencias de publicidad trabajan en la construcción total de la marca y todo su mundo, definiendo además aquellos territorios en los que se mueve.

Un territorio es un espacio competitivo concreto en el que son relevantes una serie de valores y atributos comunes que están enfocados en unas necesidades concretas que tiene el consumidor.

El Territorio de Marca es un espacio competitivo donde –conceptualmente- la marca tiene una serie de oportunidades.

El Territorio de Marca define qué lugar se quiere ocupar en el mercado, cómo se quiere competir, y con qué se pretende que se asocie la marca.

Por ejemplo: Territorio Diversión / Territorio Saludable

Cada territorio de marca tiene sus peculiaridades, y la forma de enfrentarse a él es de forma muy concreta y enfocada, lo que determina con qué percepciones del mismo se va a generar un vínculo para entonces crear los significados adecuados para las audiencias.

El Territorio de Marca escogido condiciona la forma en la que se construye el contenido de la marca, es la base de toda la creación y será determinante en las oportunidades competitivas.

<http://www.branzai.com/2012/10/territorios-de-marca-la-base-del.html>

Frases y pensamientos de los grandes personajes publicitarios:

“

El objetivo de todo publicista es conocer el mercado mejor que la competencia y poner ese conocimiento en manos de escritores y artistas con imaginación y una profunda comprensión de las cuestiones humanas

”

Raymond Rubicam

“

La publicidad es el arte de convencer a gente para que gaste el dinero que no tiene, en cosas que no necesita

”

Will Rogers

“ La mejor publicidad es la que hacen los clientes satisfechos ”
Philip Kotler

“ Lo que ayuda a la gente, ayuda al negocio ”
Leo Burnett

“ La publicidad es básicamente persuasión, y la persuasión no es una ciencia, sino un arte ”
William Bernbach

“

El anunciante quiere ideas, necesita ideas y paga a cambio de ideas

”

Leo Burnett

“

El trabajo de la publicidad no es vender, sino crear una conexión cultural entre los deseos del empresario y los del público

”

Philippe Michel

“

El producto es el mismo, la diferencia reside en la comunicación

”

Oliviero Toscani

“

La buena publicidad vende el producto hoy, y construye la marca para mañana

Luis Bassat

”

“

La mejor manera de conseguir nuevas cuentas es crear para nuestros clientes el tipo de publicidad que atraerá a clientes futuros

David Ogilvy

”

Storytelling:



Storytelling es el arte de contar una historia, y la creación y aprovechamiento de una atmósfera mágica a través del relato. En Marketing se trata de una técnica que consiste en conectar con los usuarios, ya sea de viva voz, por escrito, o a través de una historia con su personaje y su trama.

Esta capacidad de contar historias -así como el arte que se le asocia- es de las más antiguas que existen: [se trata de conectar emocionalmente a través de una historia](#), dejar que lleguen y toquen el corazón y la cabeza, el cuerpo y el espíritu; se trata de lo racional y lo instintivo.

El storytelling siempre ha sido una técnica muy utilizada en el marketing tradicional, y ahora que la comunicación con el público es online, se adapta perfectamente al medio, demostrando así que también -a través de Internet- se puede apelar al lado emocional de las personas, para poder generar la relación de confianza y fidelidad que buscan todas las marcas.

La clave está en conocer cada día más a los usuarios a través de la conexión emocional y única que se genera cuando se cuenta una historia. Y para ello, el storytelling es sin duda la mejor herramienta, que resulta efectiva e instrumental para abrir una cuestión en discursos que requieren preparar un poco el terreno, y hacer que la personas se sientan de una determinada manera para que reciban el mensaje de forma óptima.

Además, esta técnica obtiene muy buenos resultados en términos de engagement.

Algunos ejemplos que se pueden consultar de storytelling son:

Webseries:

SUSANA Y ELVIRA (Ver capítulo uno aquí) :

<https://vimeo.com/66521343>)

Comerciales:

(Hay millones de ejemplos dejamos dos links interesantes y de repercusión internacional)

<https://www.youtube.com/watch?v=3r7vrOeOowc>

<https://www.youtube.com/watch?v=XnMz-SQZgXg>

<https://www.youtube.com/watch?v=RSxOjBljyhI>

Producciones audiovisuales:

Todas las historias de los héroes de Marvel.





Los Medios

Medios de comunicación son todos aquellos instrumentos, canales o formas de transmisión de la información de que se valen de los seres humanos para realizar un proceso comunicativo.

Por ello, se puede diferenciar entre los medios de comunicación que tienen como finalidad transmitir información a las masas y los medios de comunicación que sirven para entablar comunicaciones interpersonales.

Los primeros -que son conocidos como medios de comunicación masiva o mass media, según su nombre en inglés- son los órganos con la capacidad de divulgar información de carácter público entre una gran cantidad de personas. Estos son la televisión, la radio, la prensa y el internet (que se encuentra en auge en los últimos años). Mientras que los medios de comunicación interpersonal son aquellos que permiten comunicar -dentro de la esfera de lo privado- a dos o más personas, como lo son por ejemplo, el teléfono, el correo tradicional y el correo electrónico, entre otros.

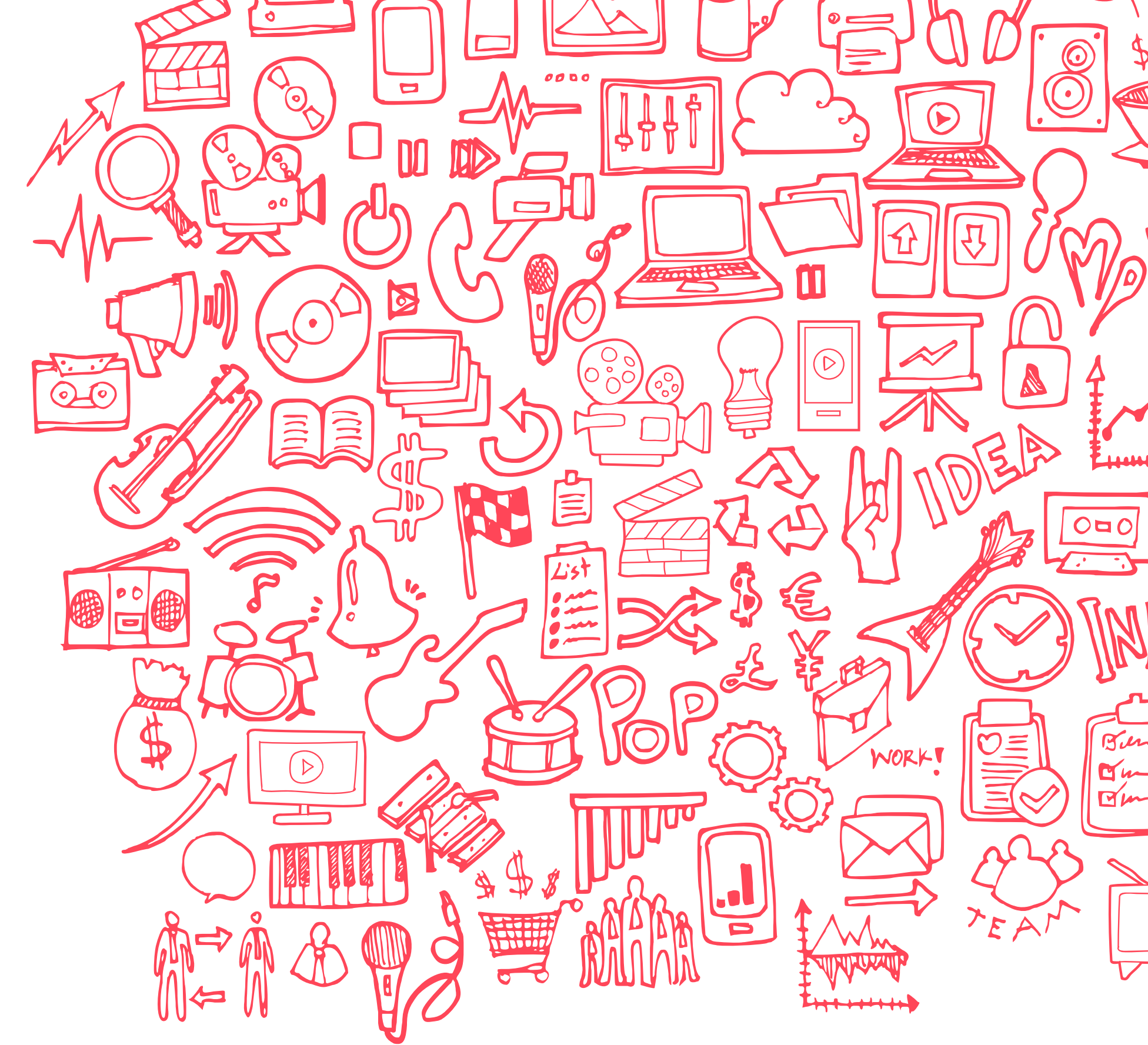
El marketing digital



El Marketing Digital es la **aplicación de tecnología digital para el desarrollo de las funciones del Marketing** en comunicación y ventas.

Si se entiende que el Marketing es un concepto global, el Marketing Digital es aquella parte del Marketing que hace uso de las tecnologías y medios digitales (internet) para cumplir con sus **objetivos**.

Cuando hablamos de **Tecnología Digital** nos referimos a todo el conjunto de aplicaciones y dispositivos que permiten la generación, transmisión, manejo, procesamiento o almacenamiento de señales digitales; información que circula por redes en forma de ceros y unos, y que es interpretada por diversos dispositivos como ordenadores, teléfonos móviles, etc.







Algunas características del Marketing Digital son:

La Segmentación: la aplicación de Marketing Digital permite -como nunca antes había sido posible- la segmentación, que es la difusión de ciertos mensajes para las personas que son consideradas el público objetivo, o sea, el target.



Hoy podemos segmentar por otros criterios distintos la tradicional segmentación demográfica. Algunos ejemplos de esto son:

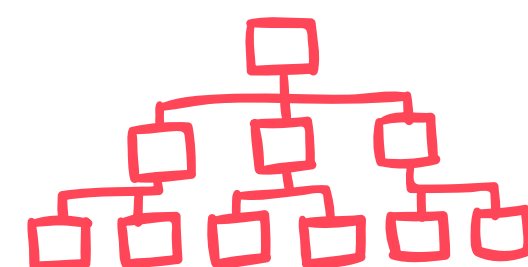
-  Segmentar por usuarios que ya nos han conocido (aquellos que ya han visitado nuestra página web o que han visitado un anuncio, que es el caso del re marketing).
-  Segmentar por usuarios que han realizado algunas acciones como diligenciar un formulario, compartir información con otros usuarios, que hayan sido compradores anteriores, o que se hayan interesado en un producto similar, etc.
-  Intereses: ¿Cuáles son los gustos de la audiencia?
-  Comportamientos. Esto es en función de las actividades que se realicen o del dispositivo que se use para conectarse.





Alcance global:

Hay que tener en cuenta que los mensajes emitidos eventualmente pueden alcanzar casi cada rincón del planeta, pues **la comunicación casi no tiene fronteras.**



Personalización:

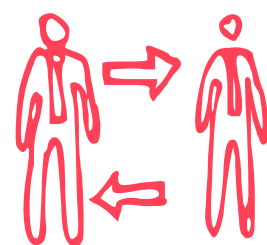
Esta es una característica muy importante, ya que la tecnología y el buen uso de grandes cantidades de datos (conocidos como Big Data), permiten adaptar el mensaje a cada persona en función de lo que se conoce de la misma.

Se trata de acciones diferenciadas para cada cliente, de la capacidad de nombrarlos en la comunicación e incluso ofrecerle aquello que busca y/ o necesita en un momento específico.



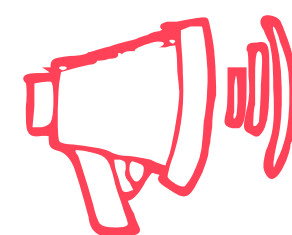
Inmediatez:

En cuestión de segundos (¡o menos!), los mensajes alcanzan a las personas deseadas. Y así es que luego de la adquisición de determinados productos y servicios, el uso y disfrute del mismo es inmediato.



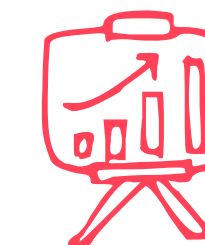
Interactividad:

Los mensajes y la comunicación pueden **uir en ambos sentidos** y de forma instantánea; de la empresa al cliente o posible cliente y viceversa.



Retroalimentación o Feedback:

La tecnología digital proporciona datos muy signi cativos y útiles sobre el cliente o posible cliente, que son **basados en sus propias opiniones y en su comportamiento** y que pueden —y deben— ser utilizados para gestionar toda la comunicación.



Medición de Resultados:

esta es una característica muy importante, ya que -en general- se puede medir el ROI (Return On investment: Retorno de la Inversión) con las herramientas adecuadas, lo que **permite optimizar los costos de comunicación y venta**

El Marketing Digital cuenta con las siguientes herramientas:
la Web, los Blogs, las Redes Sociales, los Foros de Discusión,
la Publicidad Digital, el Email Marketing, el Sponsorship, SEO
y las herramientas de Analítica.



El Email Marketing

El email marketing es una **técnica que usan las marcas para contactar con su público objetivo a través del correo electrónico**, que incluye newsletters, mailing y sobre todo una buena estrategia que avale las acciones que se realizan.

Tiene varias funciones como, por ejemplo, la manera de conectar de manera directa con los usuarios, el feedback de los productos y/ o servicios, promoción de marca, servicios, y/ o producto. El Email Marketing también ayuda a incrementar las ventas y oportunidades de estas cruzadas.

Con el Email Marketing se pueden obtener cientos de ventajas, entre ellas, transmitir mensajes y/ o informaciones a diferentes usuarios de manera instantánea, generar una relación directa con los suscriptores y obtener la retroalimentación sobre la marca, servicio y/ o producto, etc.

Beneficios del Email Marketing:

Personalización: El emailing ofrece la oportunidad de hablar directamente con una audiencia determinada, haciendo así una conexión que da un sentimiento de distinción y preferencia al destinatario. Esta es una característica clave para tener porcentajes positivos de apertura.

Puede convertir hasta 3 veces más que la redes sociales: Cuando se utiliza adecuadamente, la conversión de una campaña de emailing es mucho más alta que en Redes Sociales, pues este es considerado uno de los canales con mayor rentabilidad dentro del marketing online. Sin embargo, es necesario contar con una estrategia de contenido clara, concisa y que aporte valor.

Incrementar ventas cruzadas: Puede ser que el destinatario ya un cliente, sin embargo, no conoce toda la gama de productos o servicios que se ofrecen. Por ejemplo, en el envío de un newsletter mensual se pueden recomendar otros productos con los que se cuenta o promover la actualización de un producto, por ejemplo.

Beneficios del Email Marketing:

Lo mantiene en la mente de sus consumidores:

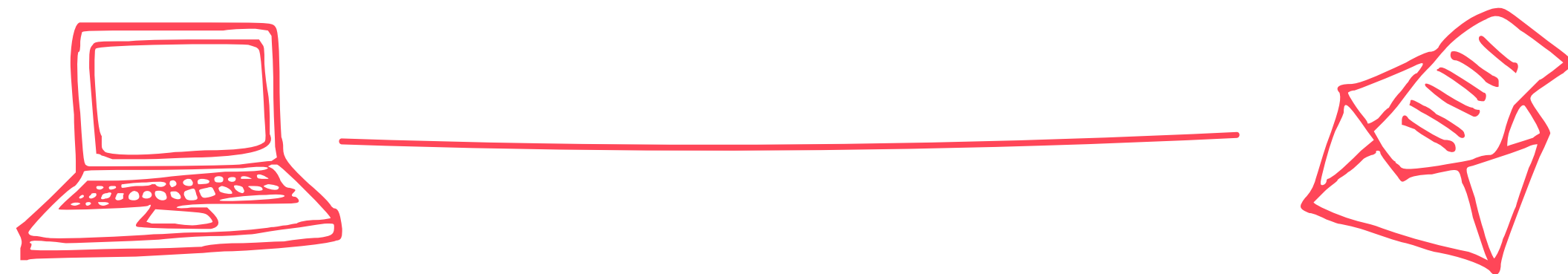
La mayoría de las veces por las que un cliente no vuelve a consumir un producto o servicios es porque se ha olvidado de que existe. Esta herramienta previene que esto no ocurra, al construir un flujo de recordatorios para que, cuando el cliente esté dispuesto a comprar un producto o servicio similar al que ofrece, su empresa sea su primera opción.

Accesible: Comparado con otros canales electrónicos, este es uno de los más económicos, porque permite minimizar gastos de manera efectiva. Si se considera que se trata de un canal directo, personalizado y que además se puede calendarizar el contenido, su precio es relativamente bajo y esto la convierte en una de las herramientas favoritas de las marcas y empresas.

Inmediatez: En el caso de que se cuente con novedades o promociones para promover la venta durante ciertas épocas del año, los correos electrónicos son un excelente canal para darlos a conocer de manera instantánea y en el momento en el que se necesitan. Y es importante tener en cuenta, que cuando se utilice información personalizada según el perfil del cliente, el porcentaje de conversión será aún mayor.

¡Muy importante! El email marketing NO significa enviar SPAM

La imagen de las campañas de mailing se ha visto afectada por el envío frecuente de correos sin valor a personas que nunca han solicitado recibir dichos mensajes. Entonces, para que el email marketing tenga mayor éxito es importante contar con una base de datos actualizada y debe ser una lista de contactos que hayan aceptado previamente recibir correos.



SEO (Search Engine Optimization) o Posicionamiento Orgánico

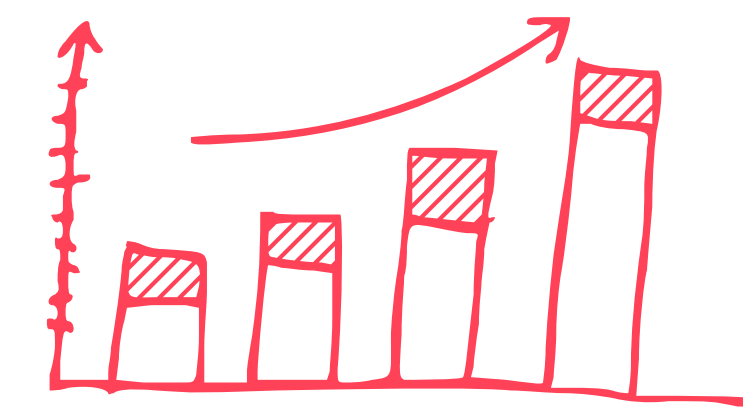
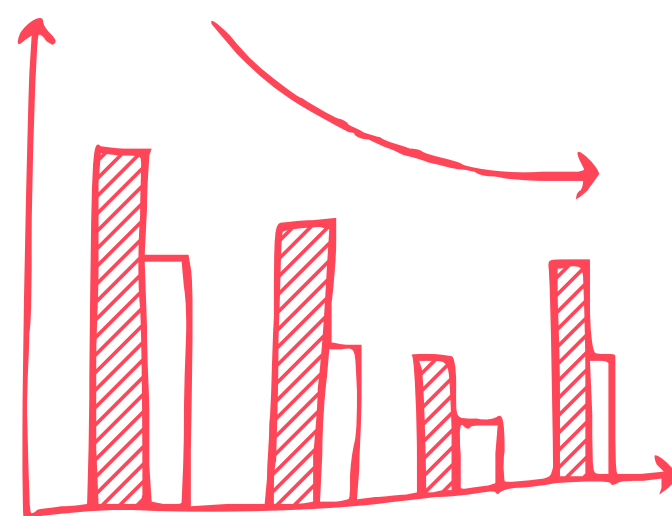
El SEO es una estrategia y conjunto de prácticas destinadas a la **captación y fidelización del tráfico** proveniente de los buscadores.

Se trata de la práctica de utilizar un rango de técnicas -incluidas la **edición de contenidos, la navegación en el site, campañas de enlaces** y más acciones- con el fin de mejorar la posición de un website en los resultados de los buscadores para unos términos de búsqueda específicos.

El SEO se integra dentro de la propia estrategia de negocio y comunicación de la empresa o institución. Y como las buenas posiciones por sí solas no valen de nada si no aportan a los objetivos de negocio, se presenta la necesidad de integrar la estrategia SEO con el resto de actividades de marketing.

El SEO muchas veces consiste en pequeñas modificaciones de un site. Por separado, estas ligeras modificaciones mejoran el **posicionamiento en motores de búsqueda**, pero si las pequeñas modificaciones se consideran de manera agregada o se combinan entre sí, pueden llegar a suponer una gran mejora de rendimiento en los resultados de los motores de búsqueda.

Es por eso, que cuanto mejor sea el posicionamiento orgánico de un site en el motor de búsqueda para una determinada búsqueda, mayor será la posibilidad de que ese sitio sea visitado por un usuario que está realizando una búsqueda específica.



Content Marketing

El marketing de contenidos (o content marketing), es una técnica de marketing que se basa en crear, publicar y compartir contenidos de interés para su buyer persona.

Si la pregunta es sobre los requisitos principales para poner en marcha una estrategia de contenidos válida, se pueden tener estos dos en cuenta:

- Tener bien definido el buyer persona al cuál dirigirse.
- Maquetar los conocimientos que serán transmitidos al público objetivo en distintos formatos como artículos de blog, guías descargables, videos, tutoriales, podcasts, infografías, etc.

Gracias a esta técnica de marketing se podrá trabajar en todo el ciclo de compra del usuario. Esto se refiere al proceso por el que pasa una persona desde que se da cuenta de que tiene una necesidad, hasta que decide comprar un producto o servicio para solucionarla.

En este proceso es muy importante despertar su interés con la información perfecta en el momento ideal. Para ello se requieren distintos contenidos para responder a las dudas del buyer persona en cualquiera de sus fases en el ciclo de compra.



¿Hacen falta ejemplos? Acá hay algunos para aplicar en las distintas fases:

- Un blog puede ayudar a informar y a crear una opinión sobre un tema determinado.
 - Mediante e-books y white papers se puede ofrecer información comparativa de distintas soluciones al problema o necesidad.
 - En la página de precios o de servicios se puede demostrar por qué es su mejor opción.
 - A través de videos con entrevistas y testimoniales se le puede transmitir al público objetivo las experiencias positivas que han experimentado otros clientes con la marca.
- Siempre se debe tener en cuenta que los contenidos deben que responder a las necesidades y problemas del cliente ideal, pues solo así se puede construir una estrategia de éxito.

Estos son algunos tipos de contenidos que se pueden utilizar en la estrategia de content marketing:

- Imágenes
- Infografías
- Videos
- Guías y tutoriales
- Revistas
- Ebooks
- Plantillas
- White Papers
- Presentaciones
- Aplicaciones
- Juegos
- Webinars

Inbound Marketing

“

Inbound Marketing es un conjunto de estrategias que tienen como objetivo atraer voluntariamente a los consumidores al sitio web de la empresa. Es lo contrario al marketing tradicional y se basa en un relacionamiento con el consumidor en vez de propagandas e interrupciones

”

- RDSTATION - La guía completa del Inbound Marketing

La metodología del Marketing Digital prioriza atraer los clientes potenciales, conquistar su confianza y direccionarlos al momento de venta. La idea es que el cliente venga hasta la empresa, en lugar de que la empresa tenga que ir hasta él. Dicha metodología se puede dividir en cinco etapas principales: la atracción, la conversión, la relación, la venta y el análisis.

Journey:

ATRACCIÓN - Atraer el público con la producción y oferta de contenidos relevantes y relacionado con el área de actuación de la empresa.

CONVERSIÓN - Convertir el visitante en un Lead, que es una persona que deja sus datos para que la empresa pueda mantener una relación y convertirlo en cliente.

RELACIÓN - Mantener una relación con estos Leads para educarlos y conducirlos por el embudo de ventas, hasta que estén listos para comprar.

VENTA - Cerrar una venta de negocio con los Leads atraídos por las acciones del Marketing Digital.

ANÁLISIS - Analizar cada etapa anterior para mantener la máquina en movimiento y poder identificar lo que necesita ser ajustado.

Data Basics

Big Data:

Lo que llamamos Big Data es simplemente esa gran cantidad de datos estructurados y no estructurados que pueden proceder de una gran cantidad de fuentes, que integra “las tres Vs”: volumen, variedad y velocidad, y que se puede medir en petabytes o exabytes. Los datos pequeños son más fáciles de administrar si se vinculan a esa idea presentada por Allen Bondé que dice: "El Big Data es para máquinas; los datos pequeños son para las personas".

Los Datos:

Los datos son la información que ya ha sido convertida a otra forma para así poder ser procesada o analizada.

Smart Data:

El Smart Data recoge muchos datos al instante y los analiza. Y esta es la diferencia con el Big Data, pues los expertos aseguran que -en la mayoría de los casos- la cantidad de información no es tan necesaria como la calidad de los datos que se han obtenido. Da lo mismo si el número de ellos es inferior, siempre que reporte una información detallada y adecuada. En este sentido, el Smart Data es una herramienta perfecta para recopilar información y poder analizarla, entenderla y, finalmente, dar una respuesta útil y eficaz en base a ella.

Data Basics

Información abierta:

Este es un contenido al que cualquier persona puede acceder, usar, editar y distribuir libremente en cualquier momento. La definición “abierta” se introdujo en 2005 y promueve el espíritu de interoperabilidad, en donde no existen barreras técnicas o legales para esta información.

Data Mining:

Este es el proceso analítico a través del cual se encuentra conocimiento nuevo y potencialmente útil a partir de los datos, e incluye el uso de herramientas matemáticas para encontrar patrones difíciles de inteligencia.

Data Analytics:

Data Analytics significa análisis de datos y es un enfoque que implica el análisis de datos (Big Data en particular) para sacar conclusiones. Esta herramienta le permite a una empresa estar mejor equipada para tomar decisiones estratégicas y aumentar su volumen de negocios.



Los objetivos principales de un enfoque de Data Analytics son:

- ✓ Mejorar la eficiencia operativa
- ✓ Mejorar y optimizar la experiencia UX y del cliente
- ✓ Perfeccionar el modelo de negocio

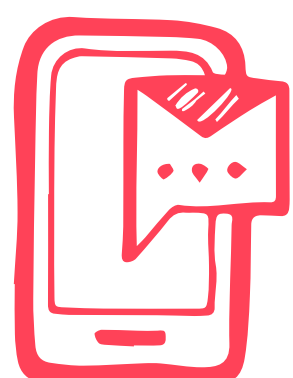
<https://www.atinternet.com/es/glosario/data-analytics/>

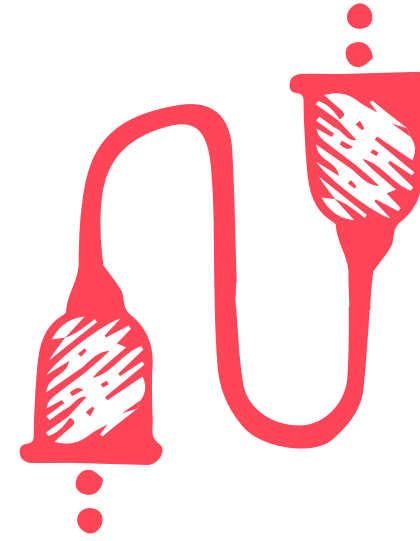
Medios Digitales

Los medios de comunicación digital son los que viven en internet y existen para difundir contenido e información. Aparecieron a finales del siglo XX gracias al desarrollo de la informática y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; desde entonces han invadido el contexto de las comunicaciones humanas y son responsables de la revolución en la manera en que las personas consumen, producen e interactúan con la información.

<http://www.latribuna.hn/2017/09/16/medios-digitales/>

Cuando se habla de Medios Digitales y Multimedia se debe relacionar con el uso y la interacción de diferentes medios como por ejemplo, texto, imágenes y elementos gráficos, animación, sonido, música y vídeo, para crear productos digitales que estarán disponibles online y offline.





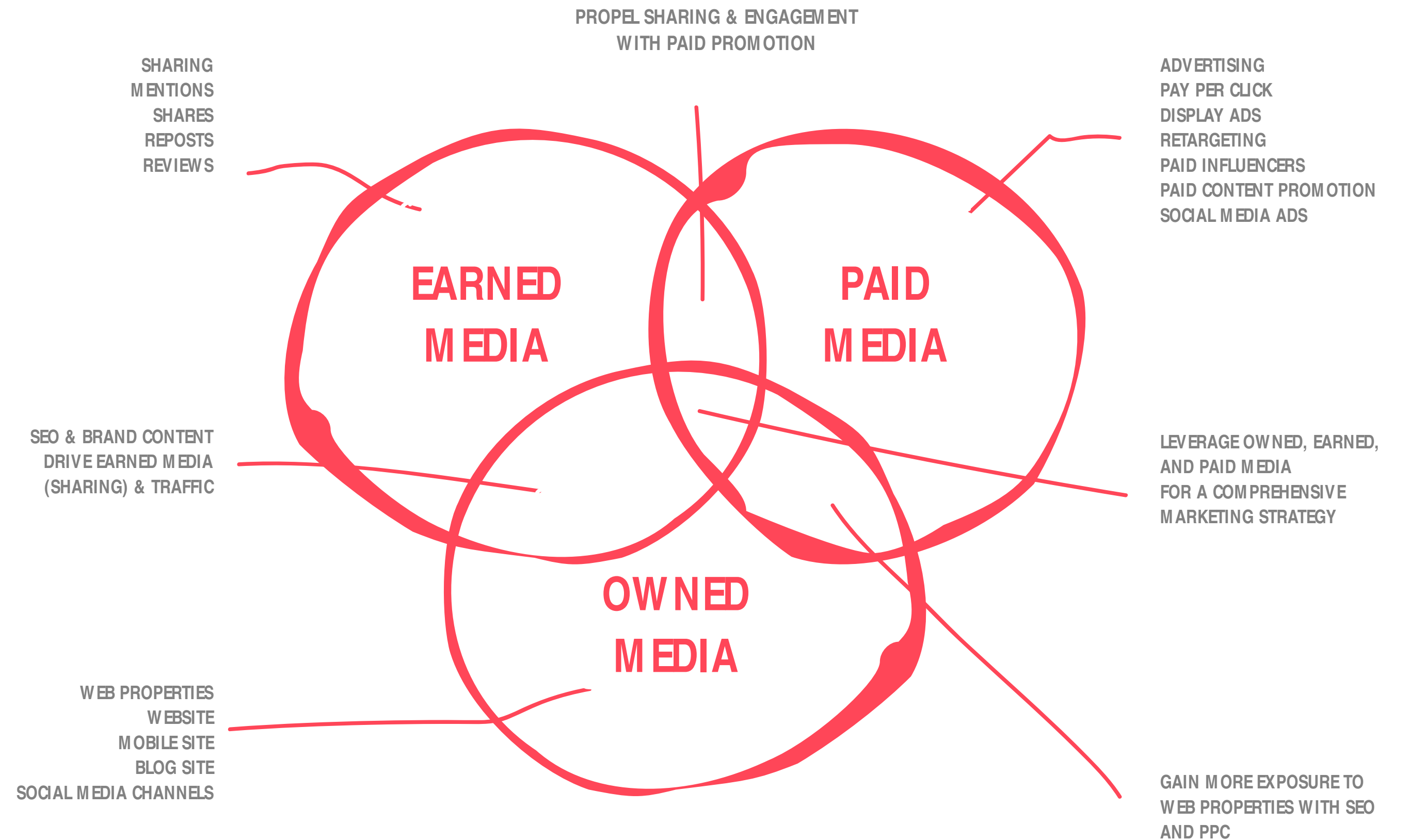
La **integración y conexión** de los Medios Digitales hace que las personas puedan estar en contacto con otras personas, medios de comunicación y marcas a través de blogs, webinars, videos interactivos, aplicaciones, sitios web y redes sociales como por ejemplo Facebook, Twitter e Instagram.

Y todo esto permite enviar archivos, fotos, audios, compartir música, información, mantener una conversación, etc., y todo con el objetivo de generar y compartir información.



Trifecta: Medios de nidos ganados, pertenecientes y pagos de nidos

DIGITAL MARKETING TRIFECTA EARNED, OWNED & PAID MEDIA



Los Medios Propios son aquellos que son propiedad web exclusiva de una marca y que pueden ser controlados por la misma. Un ejemplo de esto son los sitios web, los blogs y los canales de redes sociales, que son extensiones del mismo sitio web; y todos son extensiones de la marca en general. Es importante entender que cuantos más medios de propiedad se tengan, más oportunidades tendrá marca de extender su presencia en la esfera digital.



Medios ganados: si los sitios de medios propios son el destino, los medios ganados son el medio que ayuda a que las personas lleguen allí. Y, ¿de qué sirve un sitio web o sitio de redes sociales si nadie está viendo o interactuando con él? Ahí es precisamente donde intervienen los medios ganados, que **básicamente son en línea de boca en boca, generalmente vistos en forma de tendencias "virales", menciones, participaciones, reposiciones, reseñas, recomendaciones o contenido recogido por sitios de terceros.**

Una de las fuerzas motrices más efectivas de los medios ganados suele ser un resultado combinado de **clasi caciones orgánicas sólidas** en los motores de búsqueda y contenido distribuido por la marca. Las clasi caciones de primera página y el buen contenido suelen ser los principales impulsores. Y las clasi caciones en la primera página de los motores de búsqueda ubican sus sitios multimedia y enlaces de contenido propios en una posición para recibir participación y mayor participación, por lo que una buena estrategia de SEO es crucial.

Cuando se trata de contenido de marca, el contenido interesante e informativo puede tener todas las formas y tamaños. Puede ser un blog, una infografía, un video, un comunicado de prensa, un seminario web o un libro electrónico y la conclusión es que el contenido debe valer la pena para recibir los valiosos medios ganados. Por eso, también es muy importante tener una gran estrategia de contenido.

Los Medios Pagos son una buena forma de **promocionar contenido para impulsar los medios ganados y dirigir el tráfico a las propiedades de los medios propios**. Es importante tener en cuenta que pagar para promocionar contenido puede ayudar a que la pelota avance y a crear más exposición. Los sitios de redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter o LinkedIn ofrecen publicidad que pueden ayudar a impulsar un contenido o un sitio web.

Otra forma de obtener una mayor exposición para los contenidos es pagándole a personas influyentes para que hagan publicaciones desde sus cuentas en redes sociales, o compartan enlaces, lo que impacta el alcance y el reconocimiento de la pieza o de la marca. El uso de reorientación, pago por clic y visualización de anuncios es una forma efectiva y más directa de conducir desde buscadores a los sitios de medios propios como lo es el sitio web, para así ayudar a aumentar el tráfico y/ o las conversiones.

Puntos clave:

- ✓ Los tres elementos, propios, ganados y pagados, son importantes para una estrategia de medios digitales. Se deben evaluar estos tres temas para poder decidir dónde se van a asignar los recursos para que de esta forma tengan más sentido para la marca.
- ✓ Los sitios de medios propios son una extensión de la marca y crean avenidas adicionales para que las personas interactúen con la misma. Por eso, es ideal mantenerse siempre al día con el mantenimiento de los medios propios.
- ✓ Los medios ganados equivalen al ‘boca a boca’ en línea y son el vehículo que impulsa el tráfico, el compromiso y el sentimiento en torno a una marca. Aunque existen diferentes maneras para que una marca obtenga los medios ganados, las estrategias de optimización y de contenidos son siempre las más controladas y efectivas.
- ✓ Los medios pagos son una excelente forma de promocionar contenido para generar más medios ganados y también se pueden usar para dirigir el tráfico directamente a las propiedades de medios de su propiedad.
- ✓ Y aunque cada elemento tiene su propia función, el uso de los tres, factores hará que la estrategia de medios digitales sea mucho más efectiva.



Sitio Web

¿QUÉ ES UN WEBSITE?

Un sitio web es el conjunto de páginas o documentos sobre una temática relacionada que se encuentra alojado en Internet y se identifica con un nombre de dominio. Entonces, el conglomerado de todos los sitios web existentes da lugar a una red muy amplia de información que es conocida como la **World Wide Web (WWW)**. Además, los websites están escritos en código HTML y, para acceder a ellos, es necesario un navegador como Internet Explorer, Google Chrome, Safari o Mozilla Firefox.

La información principal es la página de portada, que coincide con la URL raíz del website. En esta homepage se encuentran los hipervínculos hacia el resto de páginas que integran el sitio, ofreciendo así la estructura general de todo el contenido.



También existe una gran **variedad de sitios web diferenciados** -en general- por los diferentes tipos de información que proporcionan. Los más comunes son:

Blogs personales donde una persona escribe artículos o entradas sobre sus gustos, preferencias o temas que domina. Para crearlos, existen plataformas como WordPress o Blogger.

Sitios de empresas utilizados por las compañías para dar a conocer la sociedad, sus productos y servicios.

Redes sociales que son aprovechadas por los usuarios (personas) para compartir información sobre sí mismos e interactuar con otros usuarios. Las redes más populares son Facebook, Twitter e Instagram.

Sitios de subastas donde se reatan artículos en la red, como lo es eBay.

Sitios de noticias dedicados a comentar y dar información de actualidad. Los websites de los grandes diarios son un buen ejemplo.

Sitios de descarga, utilizados para bajar software desde Internet, como por ejemplo Softonic.

Sitios de comercio electrónico para adquirir productos a través de la red. Amazon.com es el más empleado.

Sitio buscador, siendo Google el ejemplo por excelencia



¿Qué es una página web?



Una página web es un documento en Internet que contiene texto, imágenes, enlaces y/o audio. Y el conjunto de páginas web constituye un sitio web. Su creación requiere un proceso complejo, pues para llevarlo a cabo hacen falta conocimientos en lenguajes de programación (PHP, HTML o ASP, por ejemplo), que lenguajes que son interpretados por los navegadores para hacer visible el contenido a los usuarios.

Estas páginas web también se pueden dividir en dos tipos: estáticas y dinámicas. Las **páginas web estáticas**, propias de la época del nacimiento y desarrollo de Internet, se caracterizan por un contenido que no varía en un periodo de tiempo y por una ausencia de interacción con el navegante. Están compuestas básicamente de texto e imagen.

Las **páginas dinámicas** permiten la interacción con el usuario en tiempo real a través de, por ejemplo, los foros; esto sucede gracias a su conexión con bases de datos que desarrollan aplicaciones web. Las primeras aparecieron en los años 90, momento en el que el crecimiento de la red de redes se convirtió en exponencial, y algunos ejemplos son las redes sociales son un buen ejemplo, las tiendas virtuales o los buscadores.

Ambas clases se pueden dividirse en privadas y públicas. Las privadas son aquellas a las que sólo puede entrar un número limitado de usuarios identificados y las páginas públicas están disponibles para cualquier navegante que cuente con una conexión a Internet.

Diferencia entre página web Y sitio web

Un sitio web es el espacio formado por distintos documentos organizados de forma jerárquica en Internet y las páginas web son cada uno de esos documentos que integran el website. **En otras palabras: las páginas web son las partes en las que se divide un sitio web.**



E-commerce



E-commerce quiere decir **comercio electrónico** y es el proceso mediante el cual dos o más partes realizan una transacción de negocios a través de una computadora y una red de acceso.

El comercio electrónico no es tan fácil de llevar a cabo como podría parecer a simple vista, pues requiere llevar a cabo un proceso que comienza determinando los productos y servicios que se desean promover en línea y termina rediseñando los procesos de venta, distribución, cobranza, marketing y servicio al cliente.



Antes de entrar en el mundo del comercio electrónico, tenga en cuenta los siguientes pasos:

1. Definir qué tipo de producto se va a vender



El proceso para implementar y montar un sitio web para vender productos o servicios en línea empieza desde la definición del tipo de producto que se pretende vender, pues no todos los productos o servicios son susceptibles de venderse en línea.

Antes de fundar Amazon.com, Jeff Bezos realizó una inmensa lista de posibles productos y se decidió por los libros, después de darse cuenta de que éstos ofrecían un alto porcentaje de utilidades, tenían pocos errores de fabricación, tenían una presencia establecida en el mercado, eran fáciles de almacenar y susceptibles a todo tipo de ofertas y promociones.

También es fundamental el aspecto demográfico porque, por ejemplo, vender un producto o servicio para personas de más de 60 años quizá no sea la mejor opción, al menos hoy en día, cuando la mayoría de los usuarios en línea están en el rango entre los 20 y los 40 años de edad.

2. Buscar un proveedor especializado



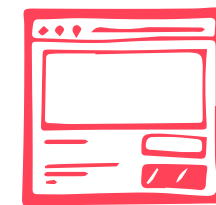
Además de empresas multinacionales como IBM, Microsoft o Hewlett Packard, existen varias firmas especializadas en ofrecer soluciones completas a empresas interesadas en hacer comercio electrónico como MercadoShops y Kichink. El apoyo que ofrecen va desde el diseño de un sitio web hasta la instalación y manejo del software necesario para realizar transacciones en línea.

Para generar comercio electrónico, hay que asegurarse de que el proveedor de hosting (quien es el encargado de montar la página en el servidor) garantice transacciones seguras, para que así la información confidencial de los clientes permanezca encriptada durante y después de su transmisión.

Este tipo de proveedor también se encarga de registrar el nombre de dominio (por ejemplo: www.su-compania.com.mx) y se hace cargo de toda la etapa de implementación de la tienda virtual.

Antes de entrar en el mundo del comercio electrónico, tenga en cuenta los siguientes pasos:

3. Cuidar el diseño



El diseño de la página web es muy importante y debería distinguirse de las millones de páginas que existen, pero sobre todo, debe contener espacios atractivos para ofertas o promociones actualizables y definir la manera en que se puede navegar por el sitio.

También son sumamente importantes los encabezados en sus páginas principales, ofrecer enlaces (links) a otros sitios de interés y contar siempre con un espacio para las sugerencias de los clientes.

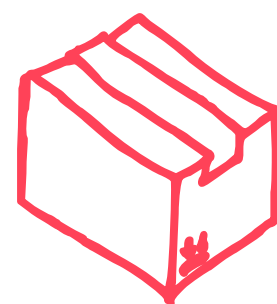
4. Asegurar la producción



Se deben usar fotos o imágenes de los productos o servicios que se ofrecen, pero hay que asegurarse de que se trate de artículos con disponibilidad en inventarios. Es mejor ofrecer lo que ya se tiene, aunque sea poco, pero nunca quedar mal con un producto anunciado que podría no tener en existencia.

Antes de entrar en el mundo del comercio electrónico, tenga en cuenta los siguientes pasos:

5. Planear la logística



Lo más conveniente es siempre apoyarse en empresas de mensajería o paquetería para el empaquetado, rastreo y entrega de mercancía. Y lo ideal es que dicha compañía tenga cobertura mundial y cuente con servicios de rastreo electrónico efectivo de envíos, en caso de que se presente algún problema.

6. Establecer un plan de cobranza

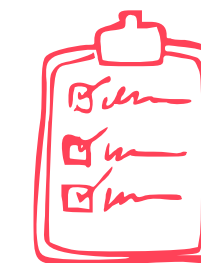


Hoy en día existen tres formas de asegurar el pago seguro de una venta electrónica: la primera consiste en recibir depósitos en una cuenta de cheques previo a cerrar la venta y, aunque así lo hacen muchas tiendas virtuales, no es un método útil si quiere vender en el extranjero. En este caso, el envío de un giro postal puede ser una alternativa, aunque los consumidores en línea prefieren mecanismos más rápidos y directos

Otra forma de pago involucra el uso de una tarjeta de crédito (que es una opción muy utilizada por los más grandes del comercio electrónico), pero esta todavía presenta algunos problemas debido a la falta de sistemas seguros y de encriptamiento de información crediticia. Sin embargo, esto ya está cambiando y algunos bancos y empresas de telecomunicaciones han comenzado a aliarse para ofrecer transacciones seguras a través del pago con tarjeta de crédito.

Antes de entrar en el mundo del comercio electrónico, tenga en cuenta los siguientes pasos:

7. No perder de vista los clientes



Tener una tienda virtual no significa olvidarse de los clientes, por el contrario, un buen sitio web ayuda a tener información en línea detallada y actualizada sobre clientes actuales y potenciales, de modo que se les pueda ofrecer servicio durante y después de la venta. Además se le debe dar seguimiento a todos los mensajes en redes sociales, al igual que e-mails, mensajes en redes sociales o llamadas de consulta que la página genere.

Se recomienda lograr que los consumidores registren sus nombres e información como hobbies, estilo de vida, profesión, etc. Y, a cambio, compensarlos con algo significativo, como noticias personalizadas, entretenimiento, artículos promocionales o membresías.

¿Cómo promover un negocio digital?

Las tiendas virtuales también deben ser promocionadas para que los usuarios lleguen a ellas. Y lo bueno es que promocionarse y anunciarse en el mundo virtual es muy fácil y barato, mucho más de lo que se cree. Lo primero que hay que hacer es registrarse en los principales motores de búsqueda y directorios de internet, como Google y Yahoo.

Las redes sociales juegan un papel fundamental en la promoción de un negocio. Para lograr obtener un grupo de seguidores que sean fieles a la marca, se debe seguir una estrategia de social media en la que pueda interactuar con ellos en el día a día. En este sentido, las redes como Facebook, Twitter, Pinterest e Instagram juegan un papel fundamental.

También existe Google Adwords, que es una plataforma que permite anunciar un negocio en Google, lo que incrementa de manera notable las ventas en línea. Este servicio únicamente se cobra cuando los usuarios dan clic en el anuncio para visitar un sitio web.

Si se busca es publicidad y promoción directa, se puede recurrir a los banners (aquellos cintillos que aparecen en la parte superior o lateral de una página web) cuyo precio varía dependiendo del tamaño o características del anuncio. Un banner le permite a un usuario hacer clic en el mismo para llegar directamente a un negocio. Y existen también programas de intercambio de banners en los que no hay que pagar nada, sino simplemente ofrecer la posibilidad de incluir otras empresas en el sitio.

Redes Sociales



Las redes sociales son estructuras sociales integradas por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones como amistad, económica, e intereses comunes, entre otras posibilidades.

... via Definicion ABC [https:// www.de nicionabc.com/ social/ red-social.php](https://www.definicionabc.com/social/red-social.php)

Redes como Facebook y Twitter ofrecen servicios que garantizan un contacto instantáneo y esta se trata de una forma de comunicar en la que se rompen las barreras de tiempo y espacio.

La difusión viral es la capacidad que tienen las redes sociales para hacer que un contenido llegue a un gran número de personas de forma fácil y directa.

La actualización es constante y los sucesos se pueden comunicar en el momento en el que ocurren. Es por eso, que es importante tener contenidos su cientes y así los usuarios se van a sentir más atraídos por una cuenta que hace publicaciones diarias, que por una que ofrece información de forma intermitente.

¿Para qué usan las redes sociales las empresas?

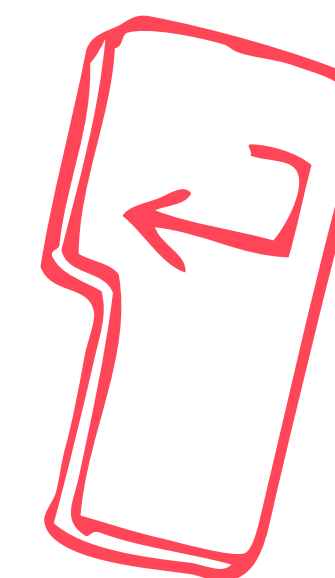
Si nos centramos en el uso que hacen las empresas de las redes sociales, hay que destacar que son un gran aliado para poder aumentar las ventas y dar a conocer cualquier empresa.

Estos son los principales usos profesionales que la sociedad hace de sus redes sociales:

- **Promocionar la empresa:** Está muy claro que una de las utilidades de las redes sociales en el mundo empresarial es la de promocionar cualquier clase de negocio a través de una página web, un producto y/ o un servicio.
- **Construir una imagen de marca:** Cualquier red social ayuda a construir la imagen de marca y la reputación delante de clientes actuales y futuros clientes potenciales. También permiten generar marca y credibilidad e incrementar las visitas en el sitio web.
- **Aumentar las ventas:** Lo que toda empresa busca con las redes sociales es aumentar las ventas de su negocio y exhibir productos o servicios que consigan atraer la atención de los usuarios.
- **Saber utilizar las redes sociales y darles un uso correcto** puede ayudar a sacar un gran partido a estas herramientas en todos los ámbitos.

Es normal que las personas se sienten abrumadas con todas las posibilidades y opciones de redes que existen, por lo que es buena idea probar algunas opciones para ver cuál es la que la mayoría del target o público objetivo disfruta. Y también hay que prestar atención a dónde están los clientes. Las redes sociales, así como el sitio web, solo resultan útiles si se actualizan regularmente y se relacionan con los clientes de manera permanente, generando así contenido relevante, pertinente y que enganche, así que hay que tener muy clara la planeación estratégica y la administración a largo plazo.

Por último, en este tema, también es importante aclarar que los servicios de redes en línea siempre están evolucionando: **lo que hoy es popular, mañana ya es noticia vieja**. Y esta es la razón por la cual es necesario evaluar los resultados de los assets digitales, para así poder validar y evolucionar en las actividades que desarrolla, y que no exista el miedo ante la posibilidad de probar cosas nuevas y experimentar, ya que en este campo de comunicación hay gran exhibilidad y capacidad de cambios.



Descripción breve de las principales redes sociales:



Facebook

El carácter generalista y el número de usuarios ha convertido a esta **red social en imprescindible para cualquier empresa**. En Social Media, y especialmente en Facebook, las marcas deben entretener, educar y sobre todo emocionar. Además de mantener a los usuarios al día con sus familiares y amigos, y de compartir experiencias, siguen (con mayor o menor intensidad) a las páginas de empresas que aportan valor o son más a nes. Una cuestión muy importante para el uso personal y para las marcas es el cuidado con el número de publicaciones, pues se puede “saturar” a la audiencia y, por ende, perderla.



Twitter

Con 280 caracteres, es la red de microblogging por excelencia. Aquí la esencia son los hashtags, los tuits (tweets) y resumir el contenido. Su inmediatez ofrece múltiples posibilidades de comunicación para las marcas y también una mayor frecuencia de publicaciones. Y los usuarios comentan cualquier evento, programa televisivo, etc. en vivo y en directo.



Instagram

Es una aplicación que actúa como red social, pues permite a sus usuarios subir cualquier tipo de fotos y videos con la opción de aplicar diversos efectos fotográficos como, por ejemplo, filtros, marcos, similitudes térmicas, colores retro o vintage, para compartirlas en Instagram, Facebook, Twitter, Tumblr y Flickr.

<https://iiemd.com/instagram/que-es-instagram-red-social-crear-cuenta>



LinkedIn

Esta es la mayor red social que existe de carácter profesional y su razón de ser son los negocios, pues conecta personas e instituciones. Aquí es fundamental mantener el perfil actualizado. Y para las empresas puede tener varias funcionalidades como servir de plataforma de recursos humanos, favorecer el networking, captar nuevos clientes y/o posibles consumidores.



YouTube

Esta es la principal plataforma audiovisual que existe y quizá el mejor medio para entretener al usuario, ya que este puede pasar varias horas viendo videos que pueden resultar divertidos, emotivos y sorprendentes, pues hay para todos los gustos. Con gran capacidad viral, algunos de estos videos se han convertido en auténticos fenómenos sociales. Para las empresas, YouTube es el escaparate ideal para mostrar sus productos o servicios y para contar sus historias con un único límite que es la creatividad. Un factor determinante de esta red social es que no requiere una inversión publicitaria elevada, pues no es necesaria una gran producción, ni tiene el costo de los comerciales de televisión. Sin embargo, es tan importante crear el canal de marca como difundirlo de manera eficiente para conseguir la mayor notoriedad.

Para mayor profundidad sobre el uso de esta se puede visitar el blog thinkwithgoogle.com y aprovecharla al máximo.



Influenciadores

Previamente se ha hablado del cambio que han generado las redes sociales en la forma de acercarse a las marcas y comprar productos. De acuerdo con el Global Trust in Advertising Report 2015, de Nielsen, un 83% de los consumidores confían plenamente en las recomendaciones de amigos y familias y un 66% dice que confía en las opiniones que otros usuarios postean online.

Sin embargo, existen personas que se han formado una imagen, se han ganado la confianza de sus seguidores y han ido construyendo una comunidad a su alrededor que les permite subir un eslabón en la jerarquía de las redes sociales, pasando de ser usuarios a ser influenciadores (Influencers).

Para los profesionales más ávidos, la aparición de los influenciadores en social media significa una gran oportunidad para llegar a su público de manera más orgánica y menos agresiva. Así es que, asociándose con las personas adecuadas, las marcas pueden generar contenido de calidad y ampliar su mensaje para llegar a su audiencia objetivo mediante un canal en el que realmente confíe.



Bibliografía Marketing Tool

Philip Kotler, Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición. Northwestern University, febrero de 2001, Lima, Perú.

Stanton, Etzel y Walker, Fundamentos del Marketing, 13ª Edición. 2007, México.

Al Ries y Jack Trout, La guerra de la Mercadotecnia, 2006.

Philip Kotler, El marketing según Khotler, Edición 1999.

Philip Kotler y Gary Armstrong, Fundamentos del Marketing, pag 21, sexta edición, México, 2007.

American Marketing Association, Dictionary of Marketing Terms, 2017. Disponible en Internet:
[http:// www.marketingpower.com/](http://www.marketingpower.com/)

Hubspot, A Beginner's Guide, How to Use Twitter for Business 2012. Disponible en Internet:
[https:// offers.hubspot.com/ how-to-usetwitter-for-business](https://offers.hubspot.com/how-to-usetwitter-for-business).

Mainville, Denise, Susan Sterrett, and Karen Mundy, Using the Internet for Direct Marketing. Virginia Cooperative Extension. Disponible en Internet:
[http:// pubs.ext.vt.edu/ content/ dam/ pubs_ext_vt_edu/ 448/ 448-505/ 448-505_pdf.pdf](http://pubs.ext.vt.edu/content/dam/pubs_ext_vt_edu/448/448-505/448-505_pdf.pdf)

Luisana, CMO at Photoslurp, ¿Qué es el Marketing de Influencers?. (En línea). (Agosto, 2018) Disponible en internet en [https:// hi.photoslurp.com/ es/ blog/ que-es-el-marketing-de-influencers/](https://hi.photoslurp.com/es/blog/que-es-el-marketing-de-influencers/)

García, Juan Ignacio. Principales redes sociales en el mundo y sus características. (En línea). (Agosto, 2018) Disponible en [https:// lagranmanzana.net/ principales-redes-sociales-en-el-mundo-y-sus-caracteristicas/](https://lagranmanzana.net/principales-redes-sociales-en-el-mundo-y-sus-caracteristicas/)

Aula 10, Centro de Formación, España. Qué son y para qué sirven las redes sociales. (En línea). (Agosto, 2018) Disponible en: [https:// aula10formacion.com/ blog/ sirven-las-redes-sociales/](https://aula10formacion.com/blog/sirven-las-redes-sociales/)

Penguin, William. Qué son las redes sociales y para qué se utilizan. (En línea). (Agosto, 2018) Disponible en: <https://www.yoseomarketing.com/blog/que-son-las-redes-sociales-para-que-se-utilizan/>

Ramirez, Jose Antonio. El abc del e-commerce. (En línea). (Septiembre, 2018) Disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/268503>

Valortop, Qué es una página web y un sitio web. Agosto, 2015. (En línea). (Septiembre, 2018) Disponible en: <http://www.valortop.com/blog/sitio-web>

Garman, Erica. San Diego. What Is Earned, Owned & Paid Media? The Difference Explained. (En línea). (Septiembre, 2018) Disponible en: <https://www.titangrowth.com/newsarticles/trifecta.html>

Asomedios, Bogotá, 2017. Medios Digitales. (En línea). (Noviembre, 2018) Disponible en: <http://www.asomedios.com/medios-digitales/>

Rouse, Margaret. Diciembre 2016. Data analytics (DA). (En línea). (Noviembre, 2018) Disponible en: <https://searchdatamanagement.techtarget.com/definicion/data-analytics>

Madden, Shelly. Febrero, 2017. Data for Dummies: The essential data glossary. (En línea). (Noviembre, 2018) Disponible en: <https://www.siliconrepublic.com/enterprise/what-is-data-terms-glossary>

Universidad Internacional de Valencia. ¿Qué es el smart data y por qué es importante?. (En línea). (Noviembre, 2018) Disponible en: <https://www.universidadviu.com/smart-data-importante/>

Toledo, Maria. Julio, 2018. Marketing de contenidos: qué es y cómo aplicarlo a tu estrategia global. (En línea). (Octubre, 2018) Disponible en: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/bid/172516/que-es-el-marketing-de-contenidos>

V2p Online. Octubre, 2015. Definición SEO. (En línea). (Octubre, 2018) Disponible en:
<http://www.v2p-online.es/2010/10/15/definicion-de-seo/>

Marketin XXI. ¿Qué es el SEO?. (En línea). (Octubre, 2018) Disponible en: Fuente:
<https://www.marketing-xxi.com/seo.html>

Reul, Mariana. Marzo, 2018. ¿Qué es el email marketing y en qué te beneficia? (En línea). (Octubre, 2018)
Disponible en: <https://es.sendinblue.com/blog/que-es-el-email-marketing/>

Núñez, Vilma. ¿Sabes bien lo que es el email marketing y cómo sacarle partido? (En línea). (Octubre, 2018)
Disponible en <https://vilmanunez.com/que-es-el-email-marketing/>

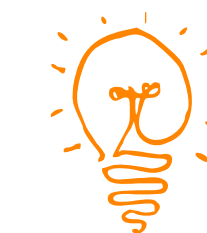
Lasasa, Ru no. Octubre, 2016. (En línea). (Noviembre, 2018) Disponible en
<http://www.runolasasa.es/marketing/marketing-digital-para-dummies-que-es-el-marketing-digital/>

"Medios de comunicación". En: Significados.com. (En línea). (Noviembre, 2018) Disponible en:
<https://www.significados.com/medios-de-comunicacion/>

¿Qué es el storytelling? (En línea). (Noviembre, 2018) Disponible en:
<https://www.40deebere.com/que-es/storytelling/>

¿Qué es el packaging? Junio, 2013. (En línea). (Noviembre, 2018) Disponible en:
<https://codigovisual.wordpress.com/2009/07/06/que-es-el-packaging/>

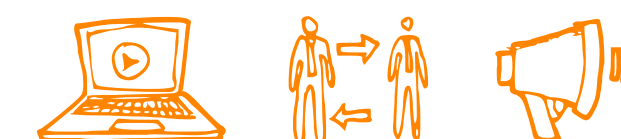
Borja, Molina. Enero, 2016. Personalidad de Marca. (En línea). (Noviembre, 2018) Disponible en:
<http://www.branderstand.com/personalidad-de-marca/>



ARKIX
arkix.com



Nuevo tipo de agencia enfocada a resultados, que integra disciplinas de marketing digital, marketing relacional y comunicaciones. Diseñan, construyen y gestionan experiencias que generan alto valor al negocio de sus clientes.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Planeación
- Creación y desarrollo de estrategias digitales.
- CRM (Planes de relacionamiento, programas de delización de clientes, diseño y a nación del modelo de segmentación, programas de retención y anti deserción, CRM analítico, operación de bases de datos, gestión integral de proveedores).
- Inbound marketing.
- E-commerce. Intranet.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos

CONTACTO



Misael Martinez



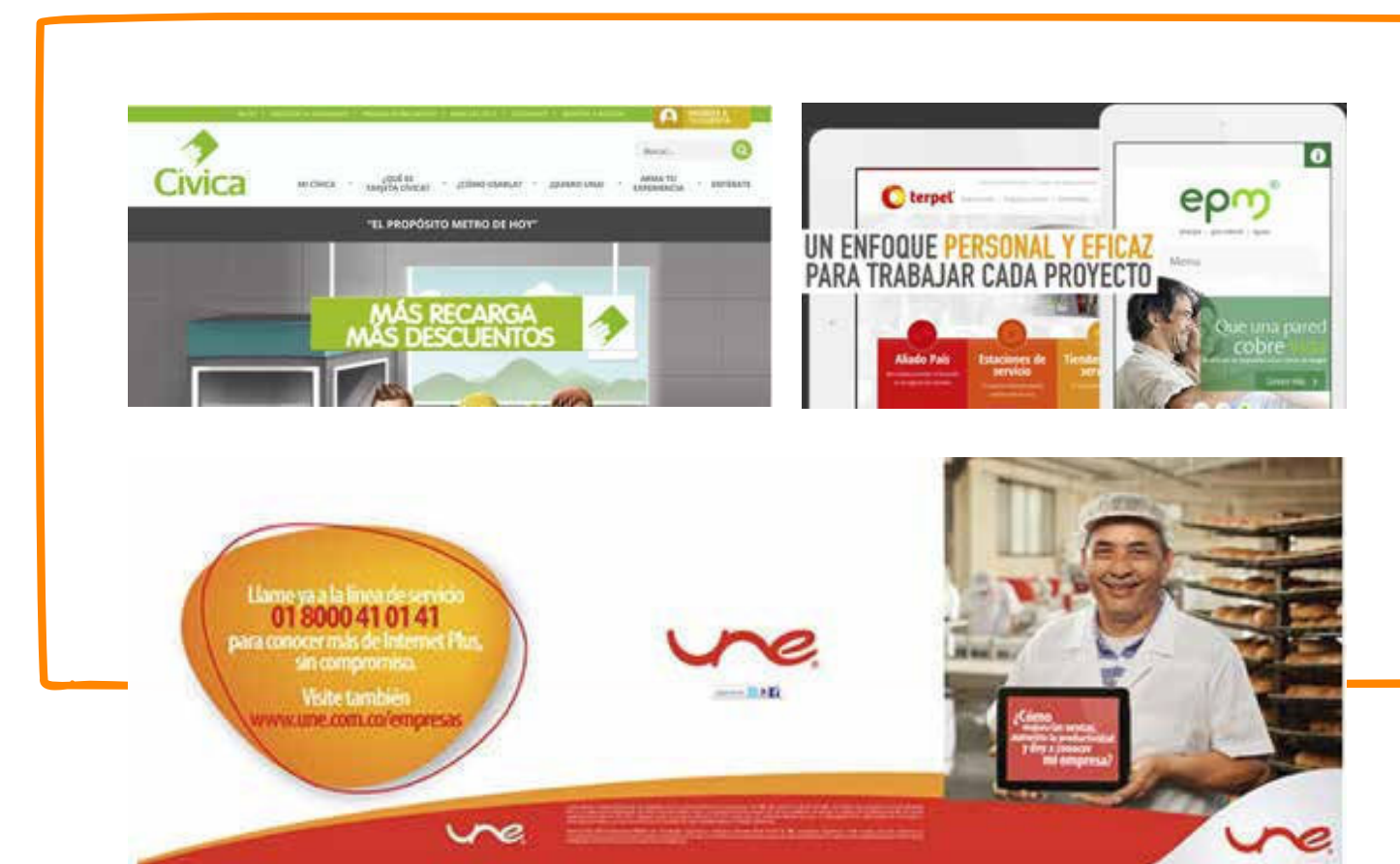
(+57) 313 737 0037

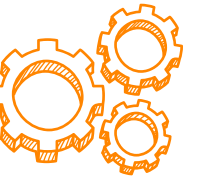


misael.martinez@arkix.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Sistema Moda
- Servicios
- químicos y ciencias de la vida,
- Agroalimentos
- metalmecánica y otras industrias.





DEMAND FRONTIER TECH

 demandfrontier.com



Compañía con mas de treinta años de experiencia ayudando a las mejores marcas del mundo a adoptar las mejores practicas digitales, de mercadeo y tecnología de ventas. Expertos en ayudar a las empresas a evolucionar rápido obteniendo los mejores resultados con menos recursos.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Contenido digital personalizado
- Videos, páginas web.
- Estrategias de mercadeo digital dirigidas a incrementar la demanda.
- Campañas de email
- Webinars

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos

CONTACTO



Juan Felipe Salazar



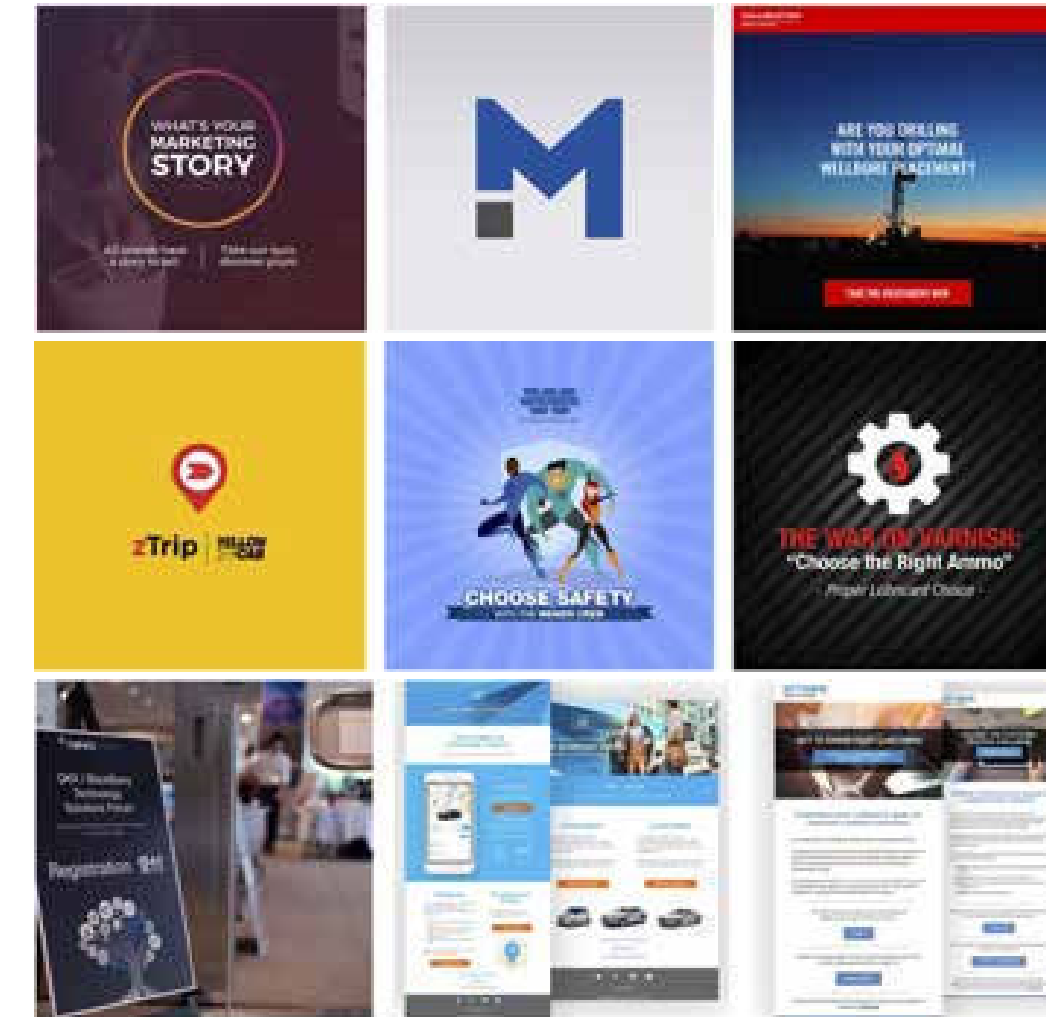
(+57) 313 630 3576



jsalazar@demandfrontier.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Sistema Moda
- Químicos y Ciencias de la vida
- Agroalimentos
- Metalmecánica y otras industrias.





CEIBA SOFTWARE

 ceiba.com.co



Compañía con una trayectoria de más de 10 años, pioneros en Colombia en el desarrollo de software bajo marcos de trabajo ágiles. Primer compañía en Colombia avalada por Scrum Alliance para entrenar personas en marcos ágiles.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo de Software a la medida
- Entrenamiento
- Transformación y Coaching en Agilísimo
- Aplicaciones Móviles
- Estudio de innovación y diseño
- Intranets corporativas
- Inteligencia de negocios.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos
- Canadá
- Centroamérica, Uruguay
- Argentina

CONTACTO



Cesar Torres



(+57) 318 716 0750



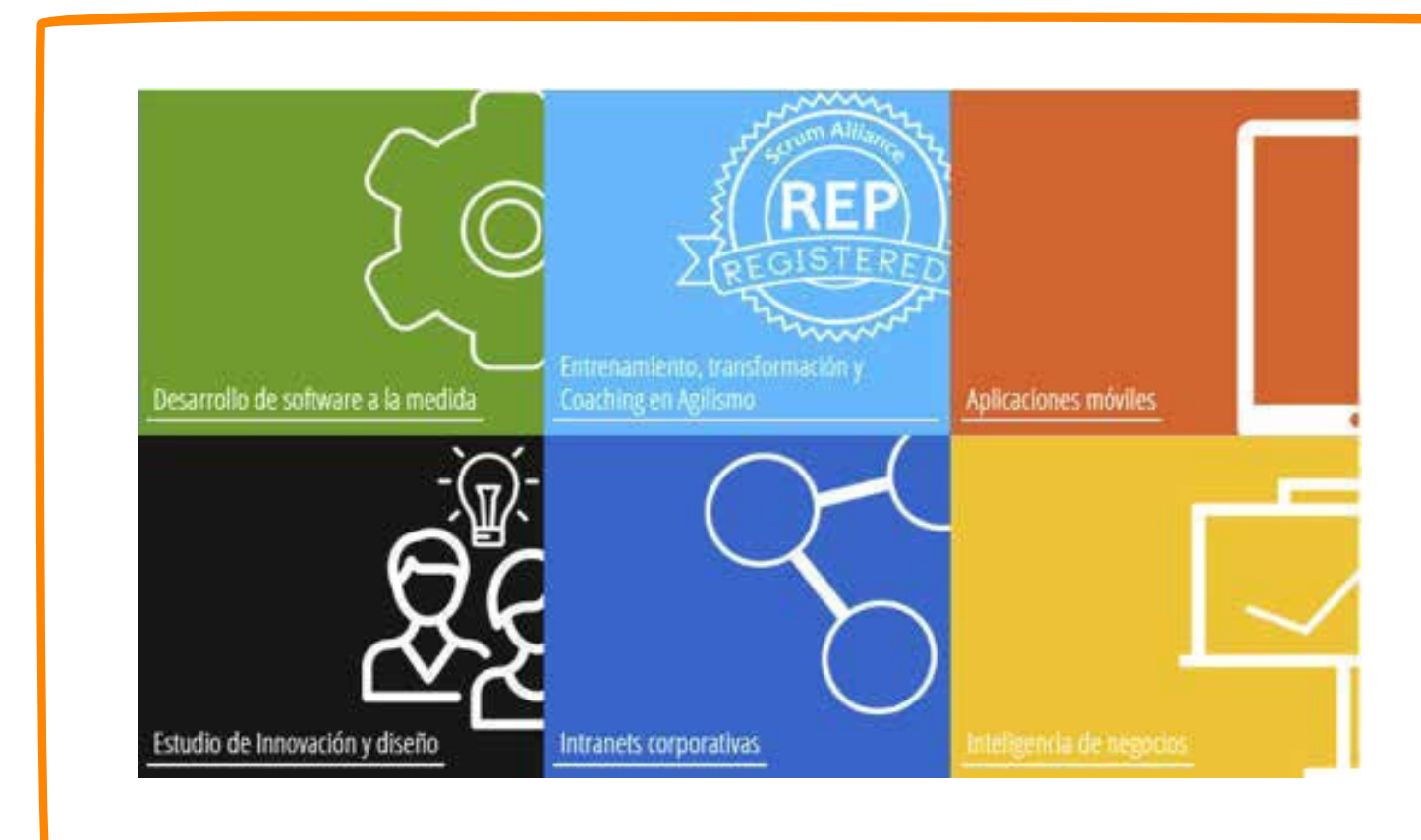
cesar.torres@ceiba.com.co

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Financiero
- Servicios
- Sistema Moda
- Químicos y ciencias de la vida
- Agroalimentos
- Industrias 4.0
- Metalmecánica y otras industrias.

CERTIFICACIONES

- CMMI nivel 5



Video informativo:

<https://www.youtube.com/watch?v=LEByTGRz6wI>



**SIGMA
STUDIOS**
sigma.la



Compañía con más de 8 años de experiencia en desarrollo web y mobile; su objetivo principal es desarrollar relaciones a largo plazo con sus clientes como una empresa de recursos tecnológicos. Son especializados en sitios e-commerce (Magento, Prestashop, Shopify, Woocommerce, Vtex) y soluciones sistematizadas de acuerdo a las necesidades de sus clientes; Potencializan las ventas online mediante estrategias de marketing digital que garanticen un mejor rendimiento del sitio y de la tasa de conversión.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- E-commerce
- Web app
- Mobile app
- Marketing.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos
- Australia
- Reino Unido
- Canada

CONTACTO



Santiago Echeverri Hoyos



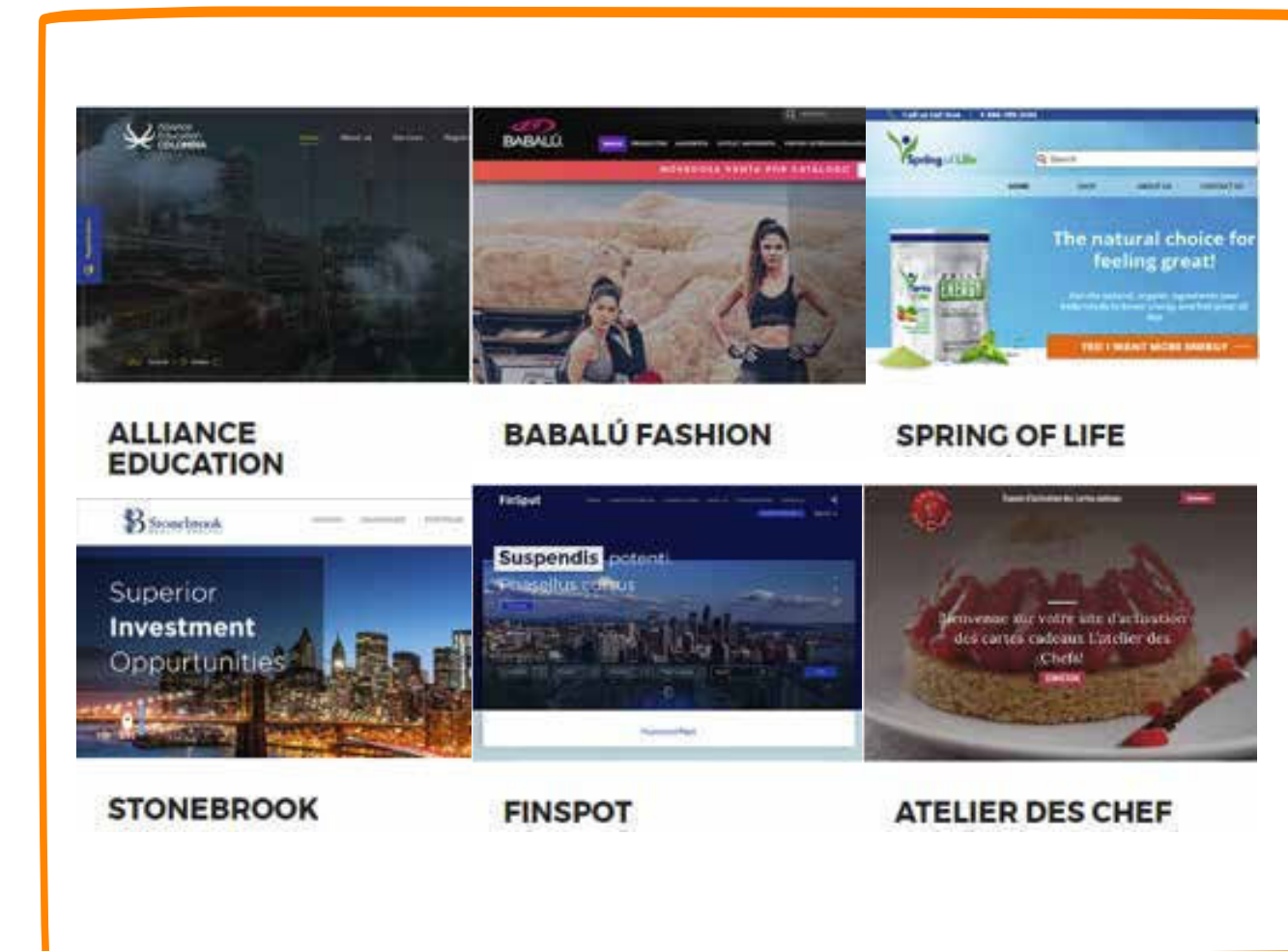
(+57) 300 537 4880



santiago.echeverri@sigma3ds.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Sistema Moda
- Químicos y ciencias de la vida
- Agroindustria
- Metalmecánica y otras industrias.





SM Digital

 smdigital.com.co



Es más que una agencia digital, es un aliado de negocios comprometido con las metas de crecimiento de sus clientes, es un lugar para la creatividad, las buenas ideas, la innovación y la tecnología; un lugar para contagiarse de felicidad. Desde el 2003 trabajan para ayudar a sus clientes a crear experiencias digitales únicas con sus consumidores.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Soluciones integrales en Software
- Medios
- Desarrollo de paginas Web.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos.

CONTACTO



Juan Camilo Molina Escobar



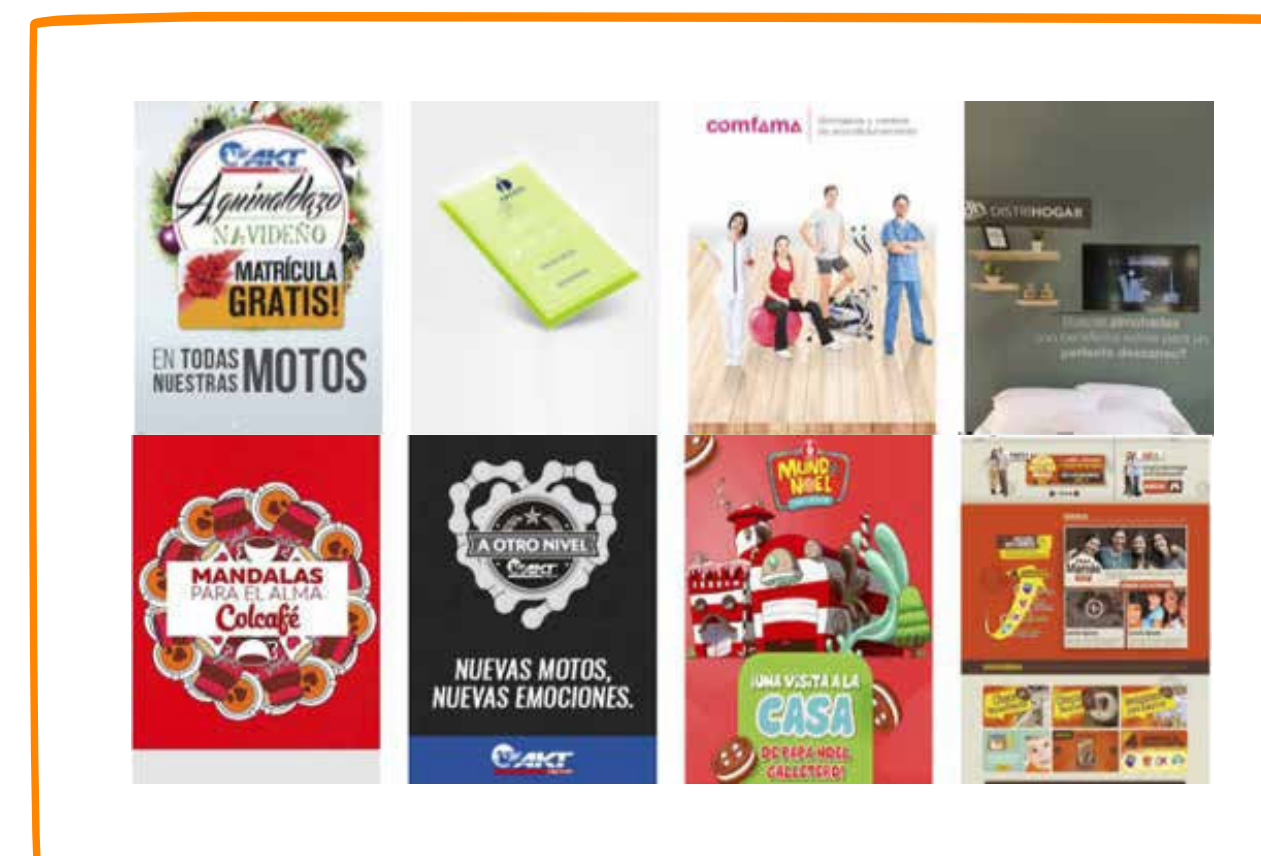
(+57) 321 638 8999



jcmolina@smdigital.com.co

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Educación
- Sistema Moda
- Químicos y ciencias de la vida
- Agroalimentos
- Metalmecánica y otras industrias.



Video informativo:

[https:// youtube.com/ watch?v=ihsztI9f0-M&index=1&list=PLAE10D4DBAE9DCBF4](https://youtube.com/watch?v=ihsztI9f0-M&index=1&list=PLAE10D4DBAE9DCBF4)



IGNIWEB

 igniweb.com/



Empresa dedicada a ofrecer servicios de diseño de web, soluciones de e-commerce y aplicaciones móviles, sistema POS, reportes ERP, integración con Google



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo de web
- E – commerce
- Desarrollo de presencia virtual
- Desarrollo de apps

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados unidos
- Canadá
- Inglaterra.

CONTACTO



Fabian Acosta



(+57) 6 7451042



fabian@igniweb.com

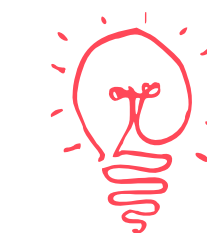
TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Empresas pertenecientes a cualquier cadena productiva.

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Licencias
- Venta directa.





SINGLECLICK

 singleclick.com.co/



En SingleClick Solutions S.A.S nos especializamos en otorgar Soluciones Web, ajustadas a las necesidades del cliente; generando valor agregado y una mayor efectividad para su negocio



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Aplicativos web a la medida
- Diseño y desarrollo de sitios web
- Comunicación digital

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Licencias
- Venta directa
- Contratos.

CONTACTO



Christian Lozano



(+57) 6 344 20 55



comercial@singleclick.com.co

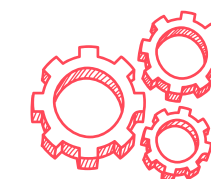
TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Empresas pertenecientes a cualquier cadena productiva.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Perú





VASCO SOLUTIONS

 solucionesenlaweb.com



Vasco Solutions es una empresa dedicada a brindar diferentes soluciones tecnológicas para sus clientes, enfocados en el desarrollo web, manejo y registro de hosting y dominios, servicios de seguridad en la web.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo web
- Desarrollo de aplicaciones
- E - commerce
- Seguridad virtual

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos
- España

CERTIFICACIONES

- SSL certificados de seguridad

CONTACTO



Victor Julian vasco



(+57) 310 276 76 75



vjvasco@vascosolutions.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Empresas pertenecientes a cualquier cadena productiva.

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Licencias
- Venta directa
- Contratos.





BRANDSTUDIO

 brandstudio.com.co

brandstudio.
BAQIBOGIBCNIPY

Empresa dedicada a proveer Investigación de mercados en planes de marketing, reportes de tendencias, monitoreo de la competencia, Mystery Shopping, inteligencia de mercados, Marketing Mix.

Realiza branding en diseño y concepto creativo (arquitectura de la marca, brandbook, campañas de publicidad, marketing digital). También realiza marketing digital, dentro del cual incluye servicios como contenido para redes sociales, reportes, plataformas web. entre otros.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Inteligencia de mercado
- Diseño y concepto creativo
- Marketing digital
- Interiores
- Btl & Eventos

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

CONTACTO



Juliana Cure



(57-5) 3007373
(57) 3002627292

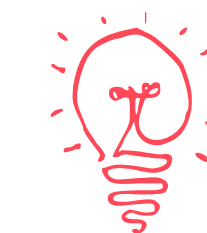


jcure@brandstudio.com.co
info@brandstudio.com.co

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida, Metalmecánica y Otras Industrias (Diseño de páginas web).
- Sistema Moda (Marketing digital, E-Commerce).
- Agroindustria (Diseño de páginas web, E-Commerce).





ELECSIS SOLUCIONES EN INGENIERIA SAS

 elecsis.com.co



Elecsis es una compañía con más de 10 años de experiencia especializada en ofrecer a nuestros clientes soluciones innovadoras y completas que unen tecnología, diseño y marketing, con presencia en Colombia y Estados Unidos. Somos especialistas en el desarrollo, implementación e integración de soluciones tecnológicas orientadas a aplicaciones web y móviles. Diseñamos herramientas y soluciones integrales, incrementando la productividad de su empresa y fortaleciendo su posicionamiento en el mercado.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo de software
- Diseño web
- Desarrollo de aplicaciones
- Investigación de mercado
- Gestión de redes sociales
- Publicidad online
- Eventos y lanzamientos
- Naming y Branding
- Publicidad y publicidad
- SEO y SEM

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida, Metalmecánica y Otras Industrias (Diseño de páginas web).
- Sistema Moda (Marketing digital).

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe



CONTACTO



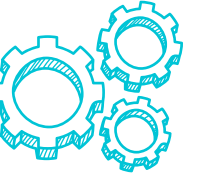
Franklin de la Rosa



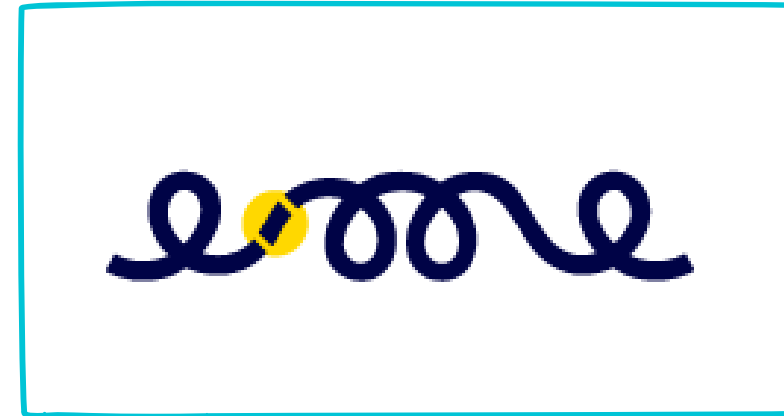
(57-5) 3045109
(57) 3106213372



franklindelarosa@elecsis.com.co



E-ME
e-me.co



E-me es una agencia de publicidad y marketing digital enfocados en la creación y el desarrollo de experiencias digitales. Se encargan del SEO, SEM, E-Commerce y del posicionamiento de su marca.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Páginas Web
- Apps
- Manejo de redes sociales
- Creación de contenido
- Optimización de la tasa de conversión
- Publicidad online
- Branding, piezas y diseños virtuales

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida, Sistema Moda, Metalmecánica y Otras Industrias (Diseño de páginas web).
- Agroindustria (E-Commerce).

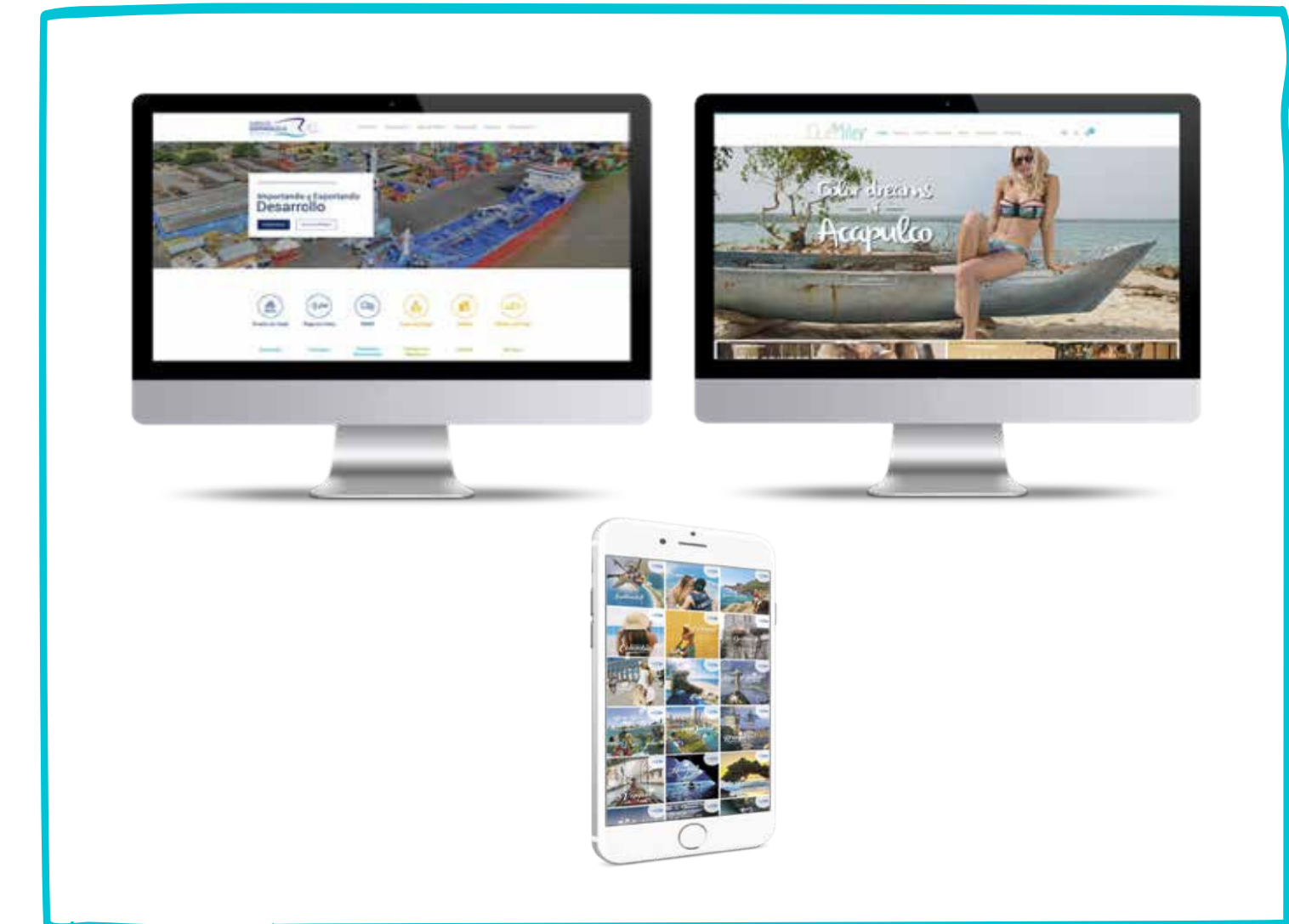
CONTACTO



Marcela Hinestrosa
marcela@e-me.co
3015019405



Daniel Vengoechea
info@e-me.co
(57-5) 3013393783
(57) 3013393783



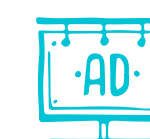


GOOD CREATIVOS

goodcreativos.com



Empresa de contenidos digitales y software, que desde hace 11 años brinda consultorías y asesorías en el área de Publicidad, Comunicación y Mercadeo, con amplios servicios para la realización de proyectos.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Branding
- Diseño 3D y Modelado Renders
- Diseño de ciclos de consumo, ventas y servicio al cliente
- Diseño Gráfico y Publicitario
- Diseño web W3C , intranet y desarrollo de software
- Estrategias de publicidad y Marketing
- Marketing Digital SEO – Redes Sociales
- Portafolio

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Sistema Moda (Marketing digital, Software)

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

CONTACTO



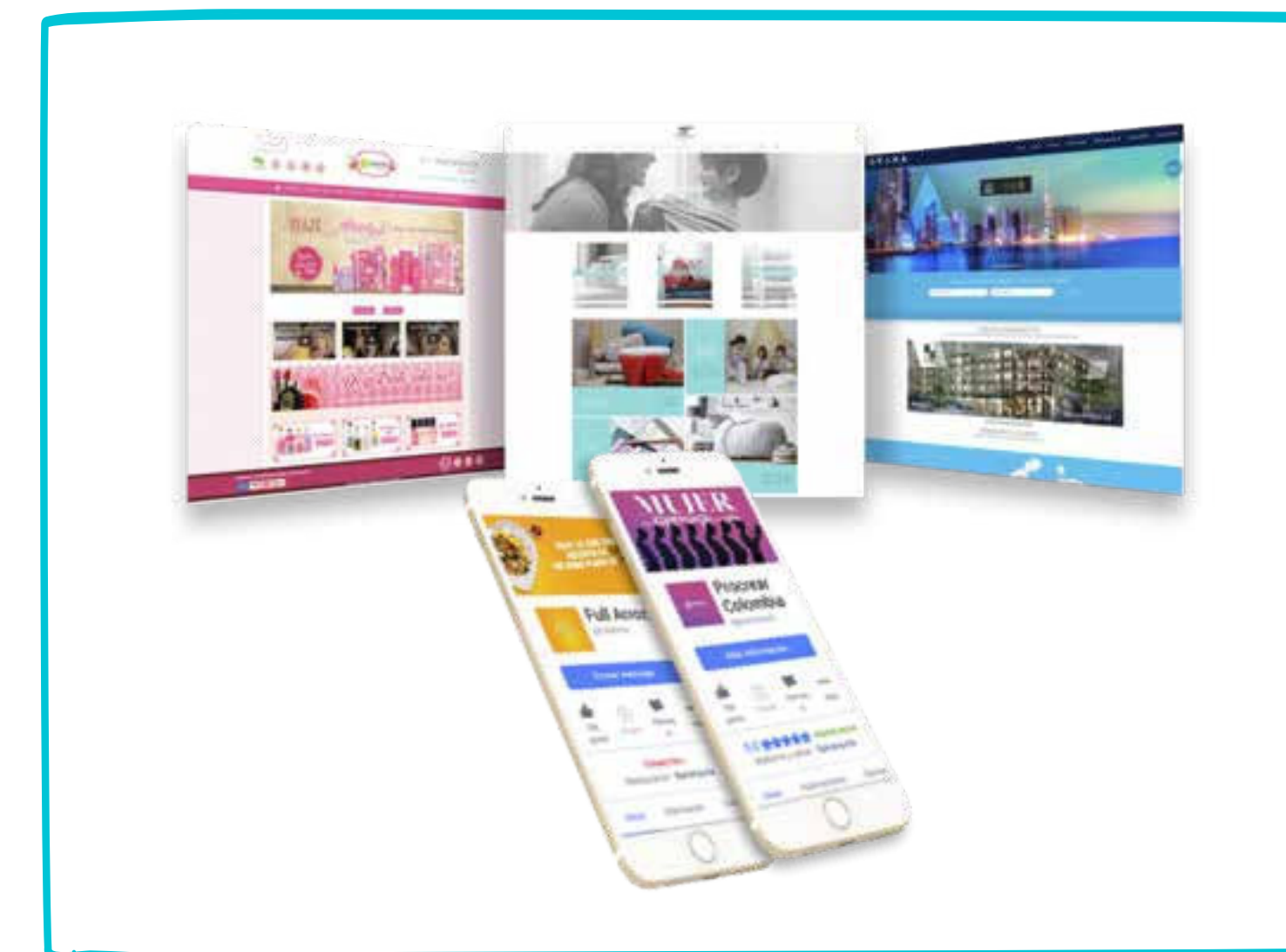
Isaac Fajardo

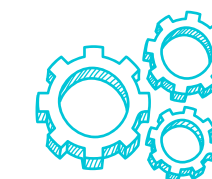


(57-5) 3584534
(57) 3013586964



goodcreativos@gmail.com
admin@goodcreativos.com





GRUPO VIRTUAL DISEÑO

 virtualdiseño.com/ virtualp/



Somos una empresa fundada en el 2004, conformada por un equipo multidisciplinario y especializado en imagen corporativa, tecnología de la información y asesoría administrativa comercial y de procesos que con un enfoque sistémico de las organizaciones.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Apps
- Impresores
- Soluciones de Software
- Páginas Web
- Diseño y posicionamiento de marca
- Desarrollo de plataformas web y móviles
- Desarrollo a la medida

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

CONTACTO



Mario Andrés
Salazar Pineda



(57-5) 3006677
(57) 3175103344



ventas@virtualdiseño.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida, Sistema Moda, Metalmecánica y Otras Industrias (CRM).
- Agroindustria (Desarrollo de aplicaciones móviles).





JOONIK
joonik.com



JOONIK es una agencia digital especializada en el desarrollo de aplicaciones móviles y soluciones web. Diseñamos y desarrollamos páginas web, aplicaciones móviles y software empresarial; incorporando las últimas tendencias y tecnologías. Creamos plataformas de alta tecnología que transforman su visión en soluciones tangibles de negocio.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Aplicaciones móviles
- Soluciones web
- Marketing digital
- Redes Sociales

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

CONTACTO



Miguel Dangond



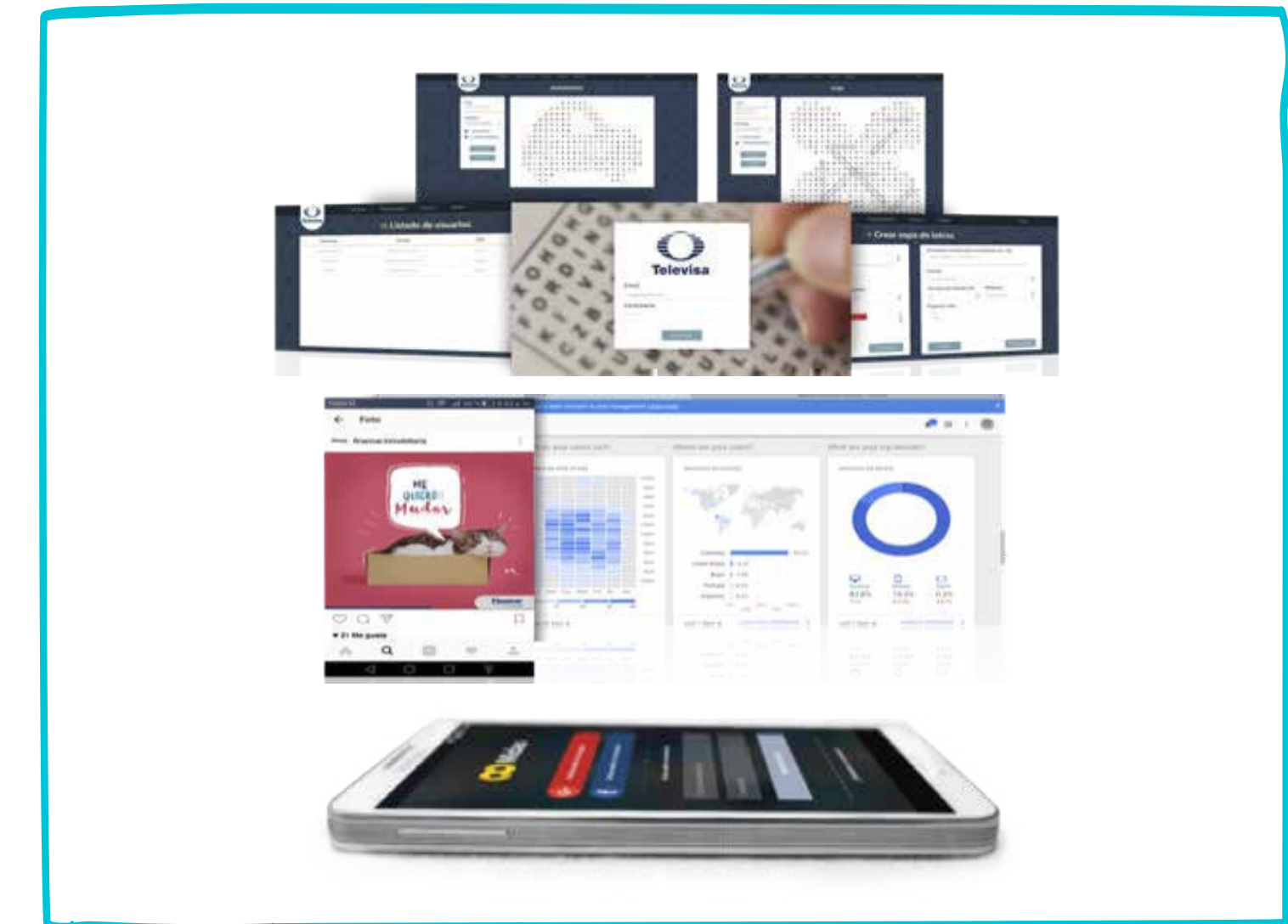
(57-5) 3564995
(57) 3113771301



mdangond@joonik.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida, Metalmecánica y Otras Industrias (Diseños de páginas web)
- Agroindustria (E-Commerce, Diseños de páginas web)
- Sistema Moda (Marketing Digital)





K O O M B E A
🌐 koombea.com



Koombea es una agencia de estrategia, diseño y desarrollo de productos digitales web y móviles, que se especializa en la construcción de aplicaciones móviles y web de clase mundial. Hemos estado creando experiencias digitales innovadoras utilizando nuestro propio método de desarrollo ágil personalizado durante casi una década. Tenemos oficinas en San Francisco, Nueva York, Miami y Barranquilla.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Aplicaciones
- Páginas Web
- Desarrollo de productos digitales
- Desarrollo móvil
- Diseño móvil
- Diseño web
- Aplicaciones web

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

CONTACTO



Nicolás Costa



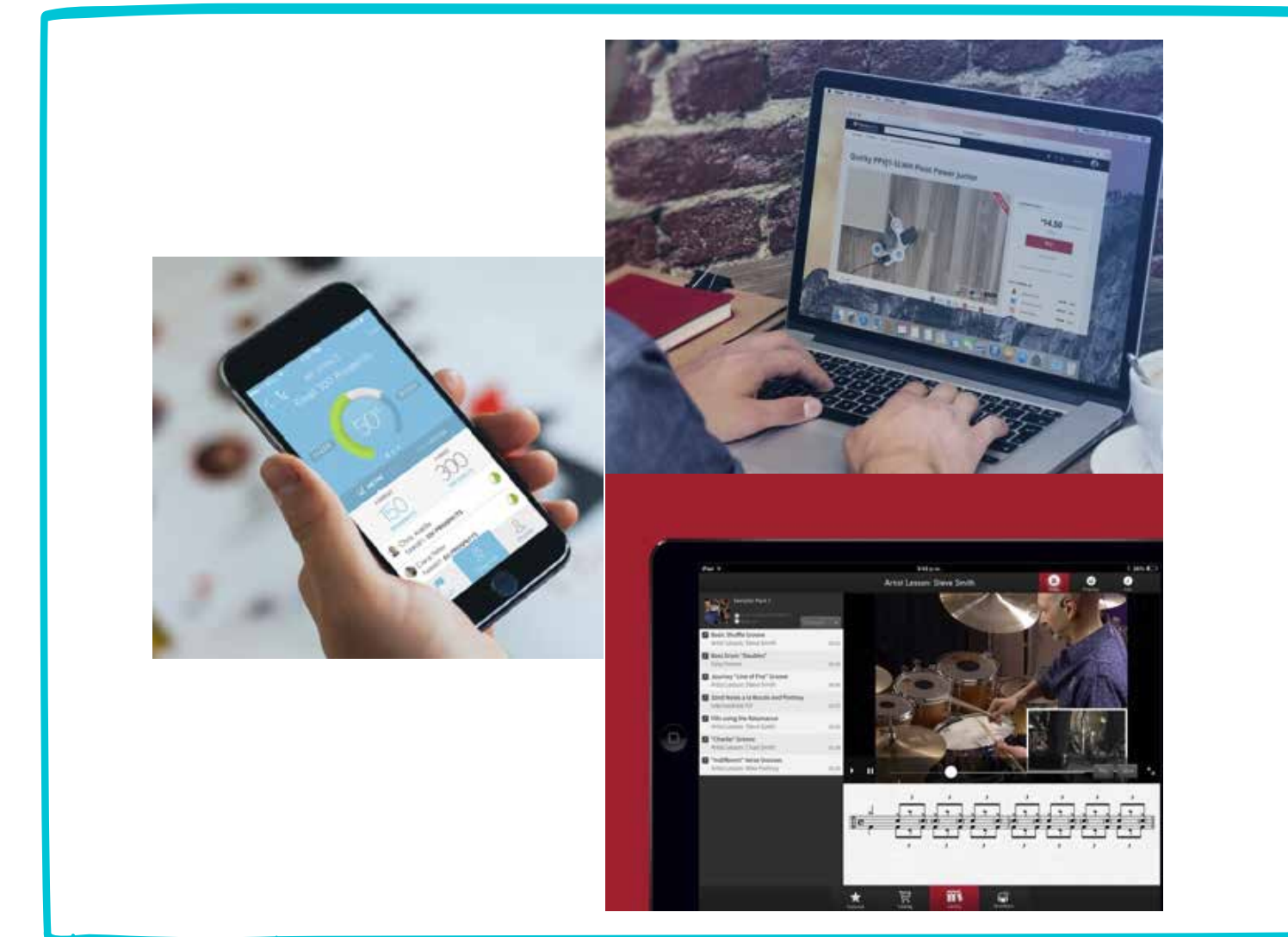
(57-5) 3782100
(57) 3157333205



nicolas.costa@koombea.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida
- Agroindustria
- Metalmecánica y Otras Industrias (Diseños de páginas web)





CREANOVOTECNOLOGÍAS S.A.S.

 creanovotecnologias.com/



Empresa dedicada a la creación de páginas web, tiendas virtuales, intranet corporativas, diseño y desarrollo personalizado, así como soluciones móviles para dispositivos iOS y Android. Sus clientes corresponden a empresas de todos los sectores en el Eje Cafetero y Bogotá, siendo los más grandes Michellin y Pirelli Colombia.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo web (páginas web, tiendas virtuales, intranets corporativas).
- Desarrollo de aplicaciones móviles

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos

CONTACTO



David Restrepo



(57) (6) 8909309
(57) 3153516920



davidrestrepo@creanovotecnologias.com

VOLUMEN Y CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

- Según dimensión de proyecto

MODELOS DE NEGOCIO

- Desarrollo a la medida

CANAL

- Distribuidor directo



ZOPP GROUP S.A.S.

zopp.co/



Empresa creadora de estrategias de Inbound Marketing para atracción de clientes a través de varias herramientas TI: marketing digital, Social Media, desarrollo de paginas web con integración a mas elementos, SEO, Emailing, pautas en internet, producción de contenidos, infraestructura (servidores, hosting, dominios), y software que permite a las empresas verificar bases de datos con comportamientos de visitas interacciones de usuarios para así atraer clientes.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Software de Inbound Marketing
- Marketing Digital
- Social Media
- Paginas web
- Pautas en Internet
- SEO, Emailing

CANAL

- Distribuidor directo

CONTACTO



Oscar David Ramirez



(57) (6) 8868673
(57) 3006921544



empatia@zoppagency.com

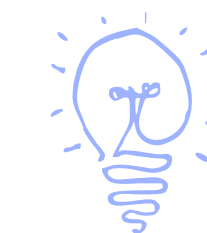
VOLUMEN Y CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

- Según dimensión de proyecto

MODELOS DE NEGOCIO

- Desarrollo a la medida
- Producto TI Propio (software de Inbound Marketing)





CINNCO S.A.S.
cincco.co/

cincco

Cincco S.A.S. es una compañía ubicada en Manizales, dedicada a la creación de soluciones tecnológicas aplicables a cualquier sector de la industria, desarrollo de aplicaciones web a la medida y desarrollo de aplicaciones móviles.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo de Aplicaciones web
- Desarrollo de Aplicaciones móviles

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos

CONTACTO



Carlos Serna



(57) 3122140513



carlos.serna@cincco.co

VOLUMEN Y CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

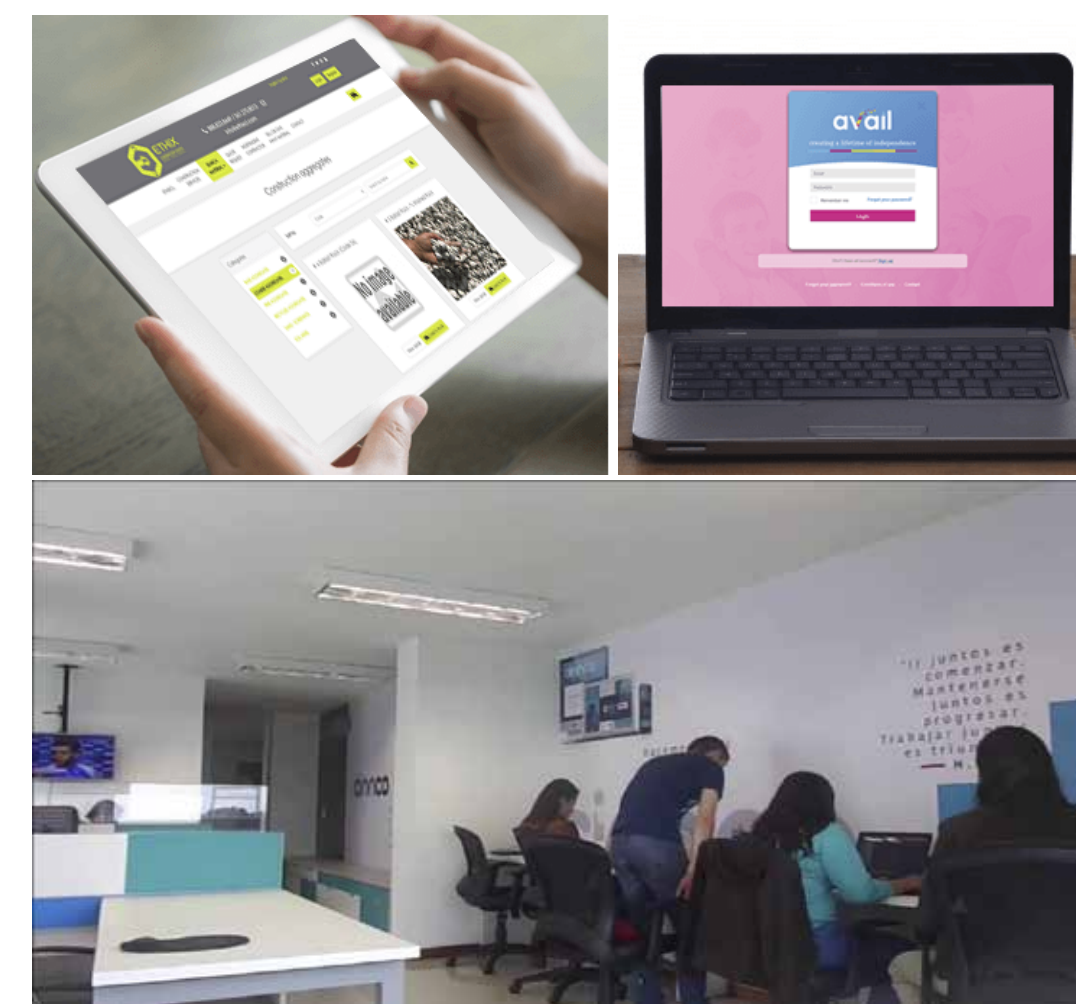
- Según dimensión de proyecto

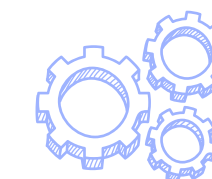
MODELOS DE NEGOCIO

- Desarrollo a la medida

CANAL

- Distribuidor directo





ADSMOVIL
adsmovil.com



Empresa que diseña y ofrece soluciones de publicidad móvil con presencia en Estados Unidos, Brasil, México, Colombia, Argentina y Chile. La empresa ofrece herramientas que soportan la compra programática bajo un entorno 100% móvil. Las soluciones de Adsmovil permite la eficiencia en la ubicación de audiencias objetivas con gran experiencia con la población hispano americana radicada en el exterior.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- DATA
- DSP Móvil
- Localización de Campañas
- Anuncios Rich Media

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Agencias de Publicidad
- Sistema Moda
- Consumo Masivo
- Gobierno
- Manufacturas
- Entretenimiento

CONTACTO



Alberto Pardo



+57 310 2242624



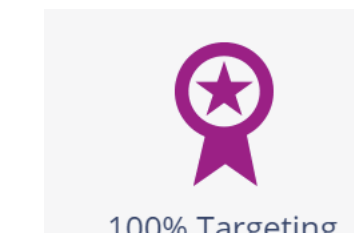
banano@adsmovil.com

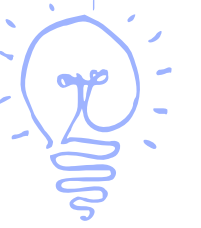
PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos
- Brasil
- México
- Panamá

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Fee único por diseño e implementación de campaña de publicidad





ALDEAMO
aldeamo.com



Empresa que se dedica a facilitar la comunicación entre empresas y sus clientes por medio de herramientas de comunicación y productos propios que impactan directamente a los ingresos de sus clientes con más de 20 años de experiencia, operaciones en 11 países y más de 300 clientes a quienes ayuda a implementar tecnología en sus procesos de comunicación.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- SMS
- BOTS
- Email
- Voz
- RCS
- Documentos Digitales

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Perú
- Guatemala
- Ecuador
- México

CONTACTO



Jorge Torrico



+57 321 2159925



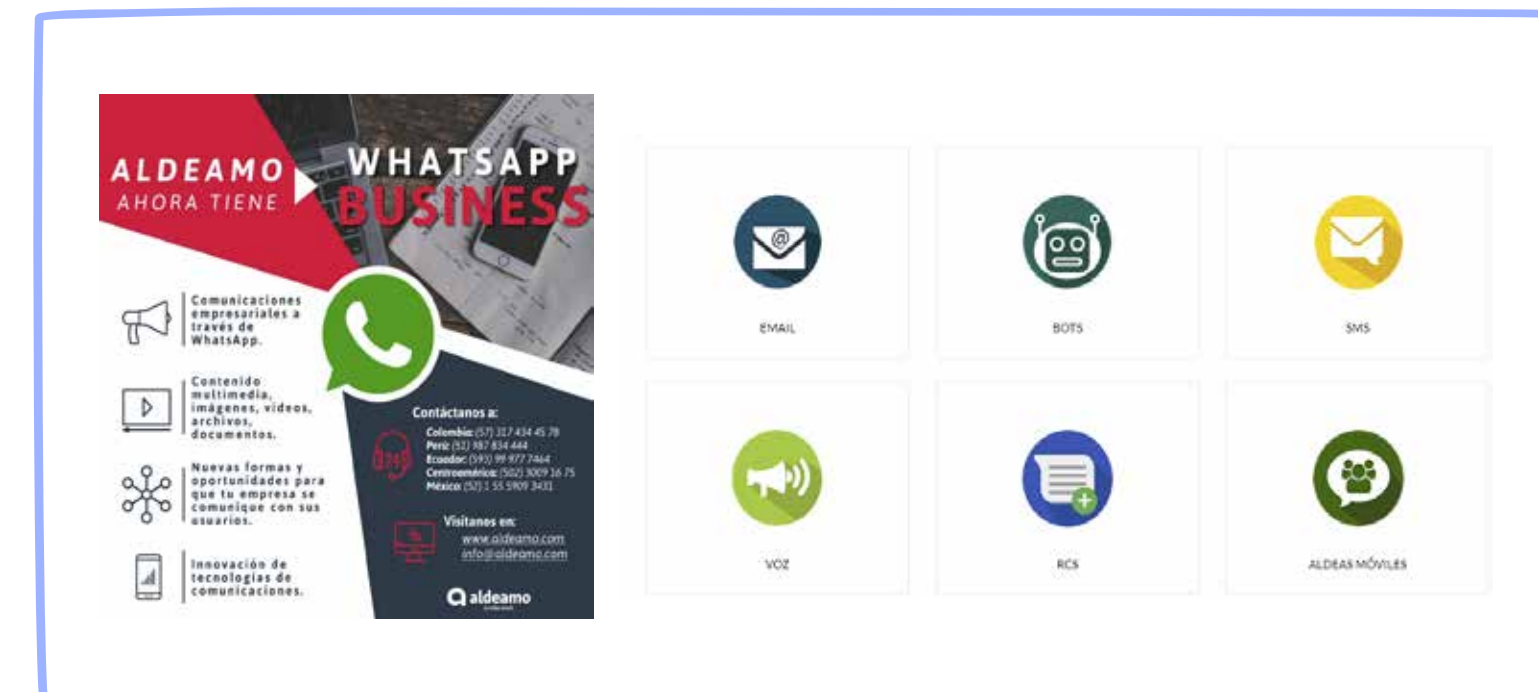
jorge.torrico@aldeamo.com

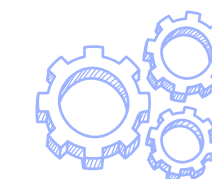
TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Servicios Públicos
- Telecomunicaciones
- Banca
- Aseguradores
- Consumo Masivo
- Gobierno

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Fee escalonado por el número de transacciones asociadas a cada producto





EXSIS SOFTWARE

 exsis.co



Exsis apoya a las empresas en su proceso de transformación digital, creando soluciones personalizadas que satisfacen las necesidades del mercado. Más de 20 años de experiencia, con 50 casos de éxito en mercado internacional y nacional, más de 200 proyectos ejecutados y con las certificaciones de calidad más altas de la industria.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Apps
- Desarrollo a la medida
- Outsourcing

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

Estados Unidos

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Fee por desarrollo, implementación y mantenimiento
- SaaS

CONTACTO



Sebastian Jimenez



+57 310 3279440



sebastian.jimenez@exsis.com.co

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Finanzas
- Aseguradoras
- Gobierno
- Salud
- Agricultura
- Transporte

CERTIFICACIONES

- CMMI Nivel 5
- ISO2700
- Microsoft Gold Partner





GLOBANT
globant.com



At Globant, we dream and build digital journeys that matter to millions of users. These kinds of Digital Journeys exceed the creation of a website, an app or even a uni ed omnichannel experience. It involves the creation of a deeper relationship with the users by delivering memorable experiences that are personalized, time sensitive, and context and location aware. It's what we call an omnirelevant experience..



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Apps
- Inteligencia Arti cial
- Consulting
- Big Data
- Gaming
- IoT
- Ciberseguridad

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos
- Reino Unido
- Argentina

CONTACTO



Andres Giolito



+57 320 2616970



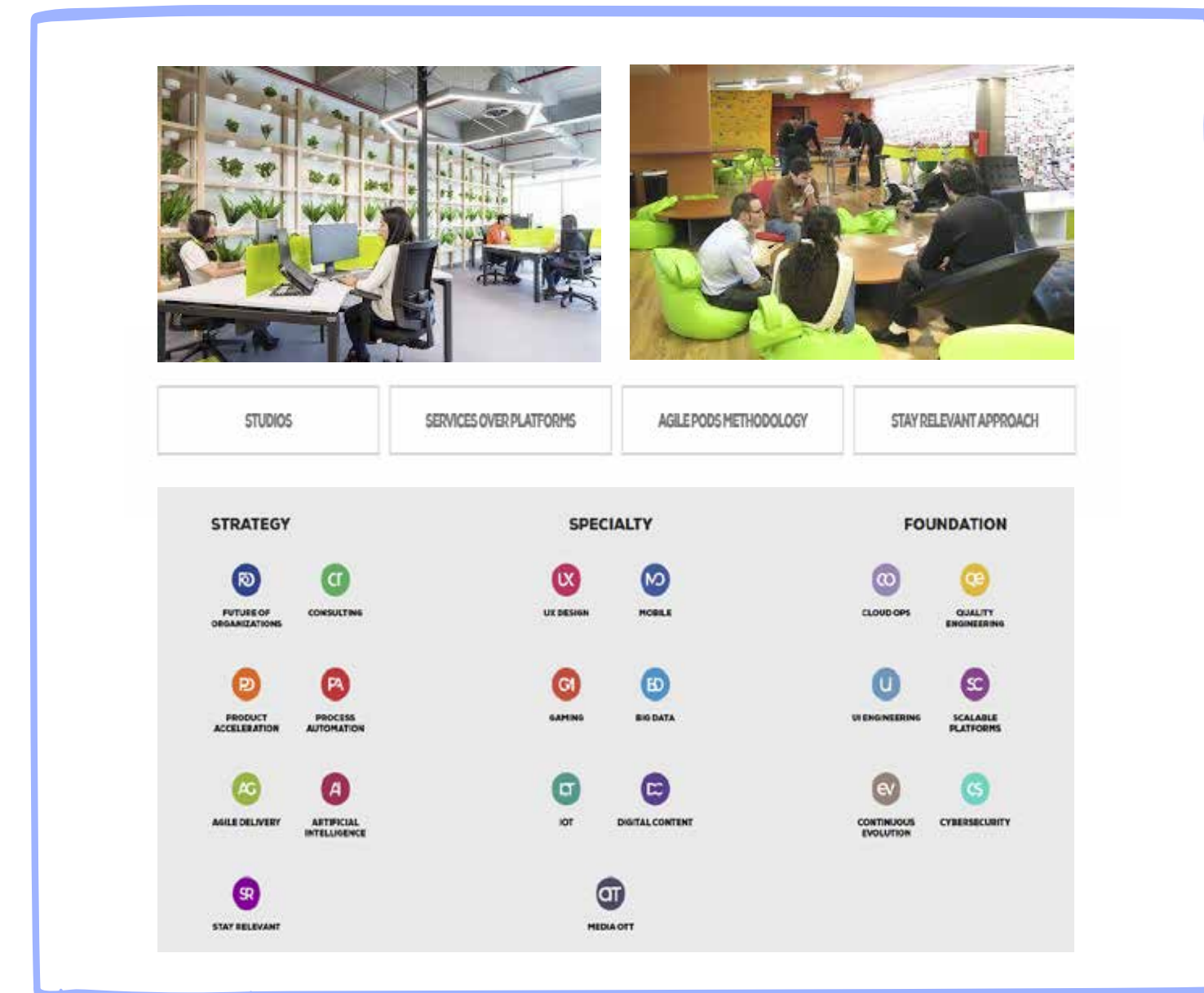
andres.giolito@globant.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Turismo
- Gobierno
- Entretenimiento
- Finanzas
- Educación
- Servicios

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

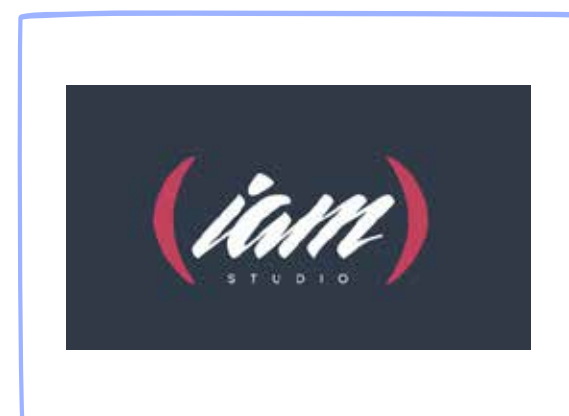
- Fee por desarrollo
- Implementación y/ o mantenimiento



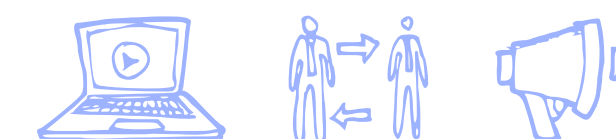


I AM STUDIO

 iamstudio.co



Ofrecemos una combinación de talento, soluciones integrales / creativas y una operación rentable. Somos una extensión de su equipo, con un lenguaje común, alineación cultural y una ubicación óptima que permita una comunicación fácil. Construimos hermosas aplicaciones web. Una aplicación web es más que una página web, lo entendemos y por eso construimos aplicaciones web escalables, hermosas y fuertes que permiten a su negocio crecer y conectarse con sus grupos de interés. Utilizamos tecnologías de vanguardia para llevar su negocio al siguiente nivel.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo a la medida
- Desarrollo Web
- Desarrollo Mobile
- Google Cloud Platform

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos

CONTACTO



Julian Montaña



+57 300 2381908



julian.montana@iamstudio.co

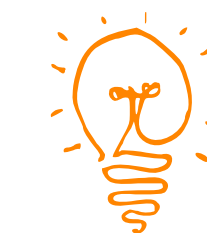
TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Manufacturas
- Servicios
- Entretenimiento

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Fee por desarrollo
- implementación y/ o mantenimiento

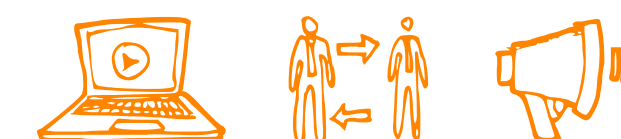




ARKIX
arkix.com



Nuevo tipo de agencia enfocada a resultados, que integra disciplinas de marketing digital, marketing relacional y comunicaciones. Diseñan, construyen y gestionan experiencias que generan alto valor al negocio de sus clientes.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Planeación
- Creación y desarrollo de estrategias digitales.
- CRM (Planes de relacionamiento, programas de delización de clientes, diseño y a nación del modelo de segmentación, programas de retención y anti deserción, CRM analítico, operación de bases de datos, gestión integral de proveedores).
- Inbound marketing.
- E-commerce. Intranet.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos

CONTACTO



Misael Martinez



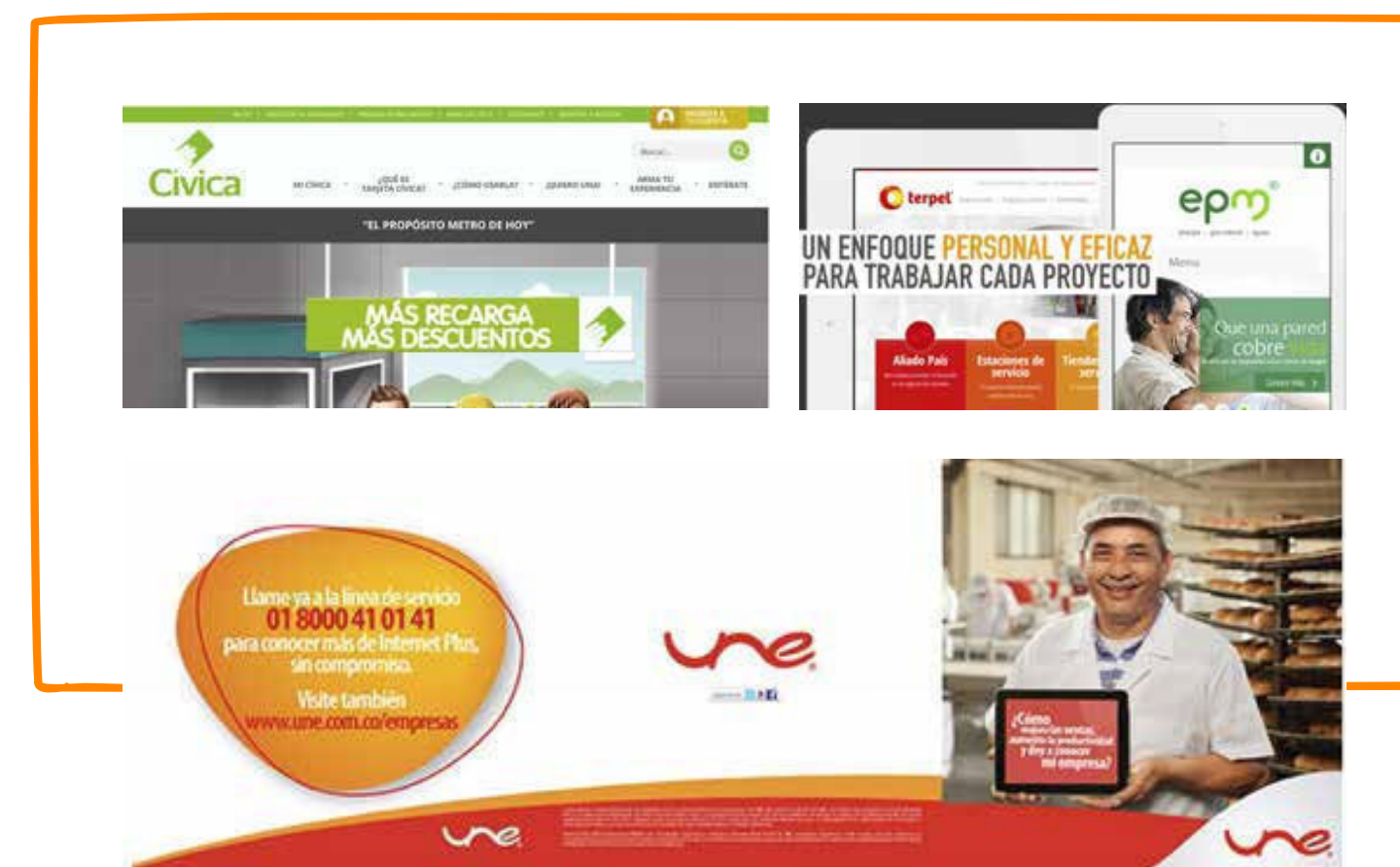
(+57) 313 737 0037

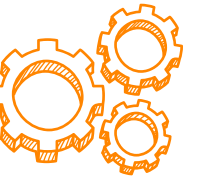


misael.martinez@arkix.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Sistema Moda
- Servicios
- químicos y ciencias de la vida,
- Agroalimentos
- metalmecánica y otras industrias.





DEMAND FRONTIER TECH

 demandfrontier.com



Compañía con mas de treinta años de experiencia ayudando a las mejores marcas del mundo a adoptar las mejores practicas digitales, de mercadeo y tecnología de ventas. Expertos en ayudar a las empresas a evolucionar rápido obteniendo los mejores resultados con menos recursos.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Contenido digital personalizado
- Videos, páginas web.
- Estrategias de mercadeo digital dirigidas a incrementar la demanda.
- Campañas de email
- Webinars

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos

CONTACTO



Juan Felipe Salazar



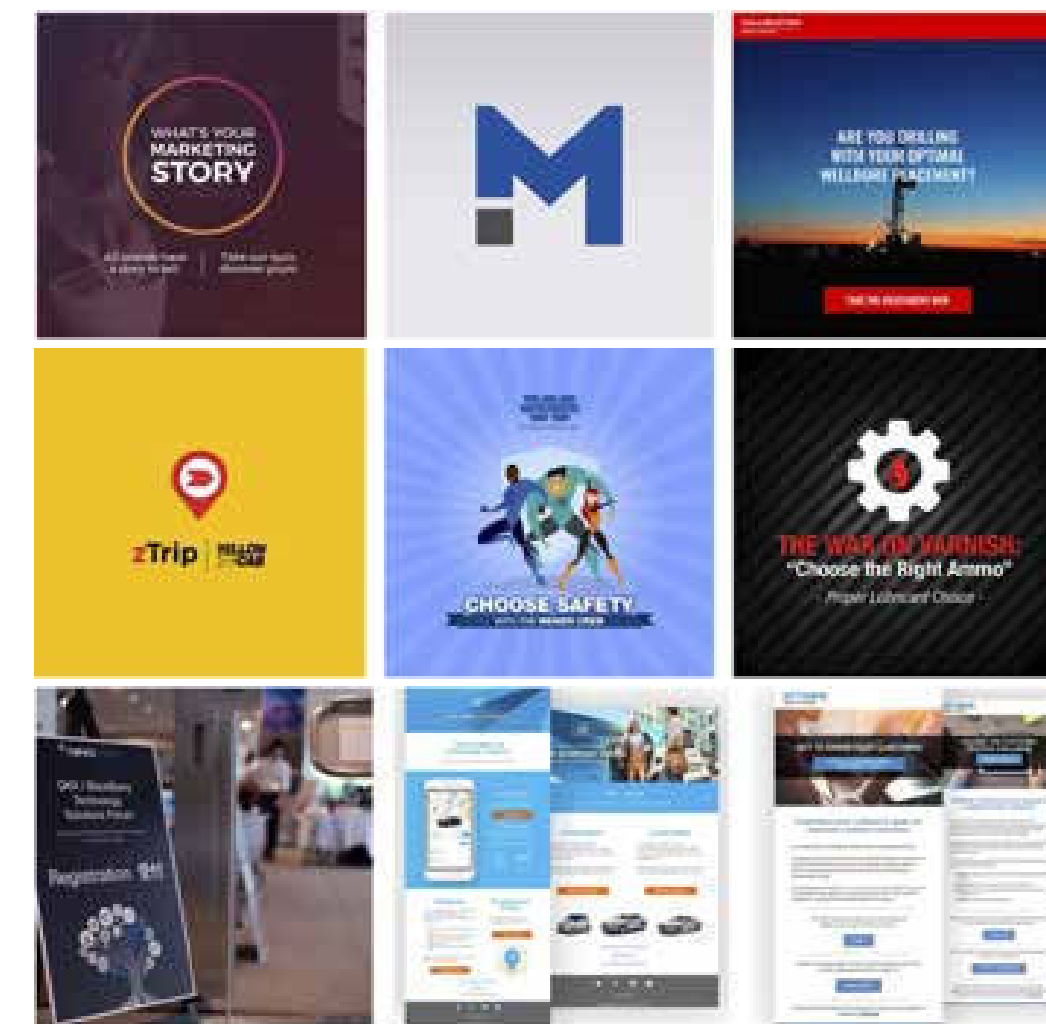
(+57) 313 630 3576



jsalazar@demandfrontier.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Sistema Moda
- Químicos y Ciencias de la vida
- Agroalimentos
- Metalmecánica y otras industrias.





CEIBA SOFTWARE

 ceiba.com.co



Compañía con una trayectoria de más de 10 años, pioneros en Colombia en el desarrollo de software bajo marcos de trabajo ágiles. Primer compañía en Colombia avalada por Scrum Alliance para entrenar personas en marcos ágiles.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo de Software a la medida
- Entrenamiento
- Transformación y Coaching en Agilísimo
- Aplicaciones Móviles
- Estudio de innovación y diseño
- Intranets corporativas
- Inteligencia de negocios.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos
- Canadá
- Centroamérica, Uruguay
- Argentina

CONTACTO



Cesar Torres



(+57) 318 716 0750



cesar.torres@ceiba.com.co

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Financiero
- Servicios
- Sistema Moda
- Químicos y ciencias de la vida
- Agroalimentos
- Industrias 4.0
- Metalmecánica y otras industrias.

CERTIFICACIONES

- CMMI nivel 5



Video informativo:

<https://www.youtube.com/watch?v=LEByTGRz6wI>



**SIGMA
STUDIOS**
sigma.la



Compañía con más de 8 años de experiencia en desarrollo web y mobile; su objetivo principal es desarrollar relaciones a largo plazo con sus clientes como una empresa de recursos tecnológicos. Son especializados en sitios e-commerce (Magento, Prestashop, Shopify, Woocommerce, Vtex) y soluciones sistematizadas de acuerdo a las necesidades de sus clientes; Potencializan las ventas online mediante estrategias de marketing digital que garanticen un mejor rendimiento del sitio y de la tasa de conversión.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- E-commerce
- Web app
- Mobile app
- Marketing.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos
- Australia
- Reino Unido
- Canada

CONTACTO



Santiago Echeverri Hoyos



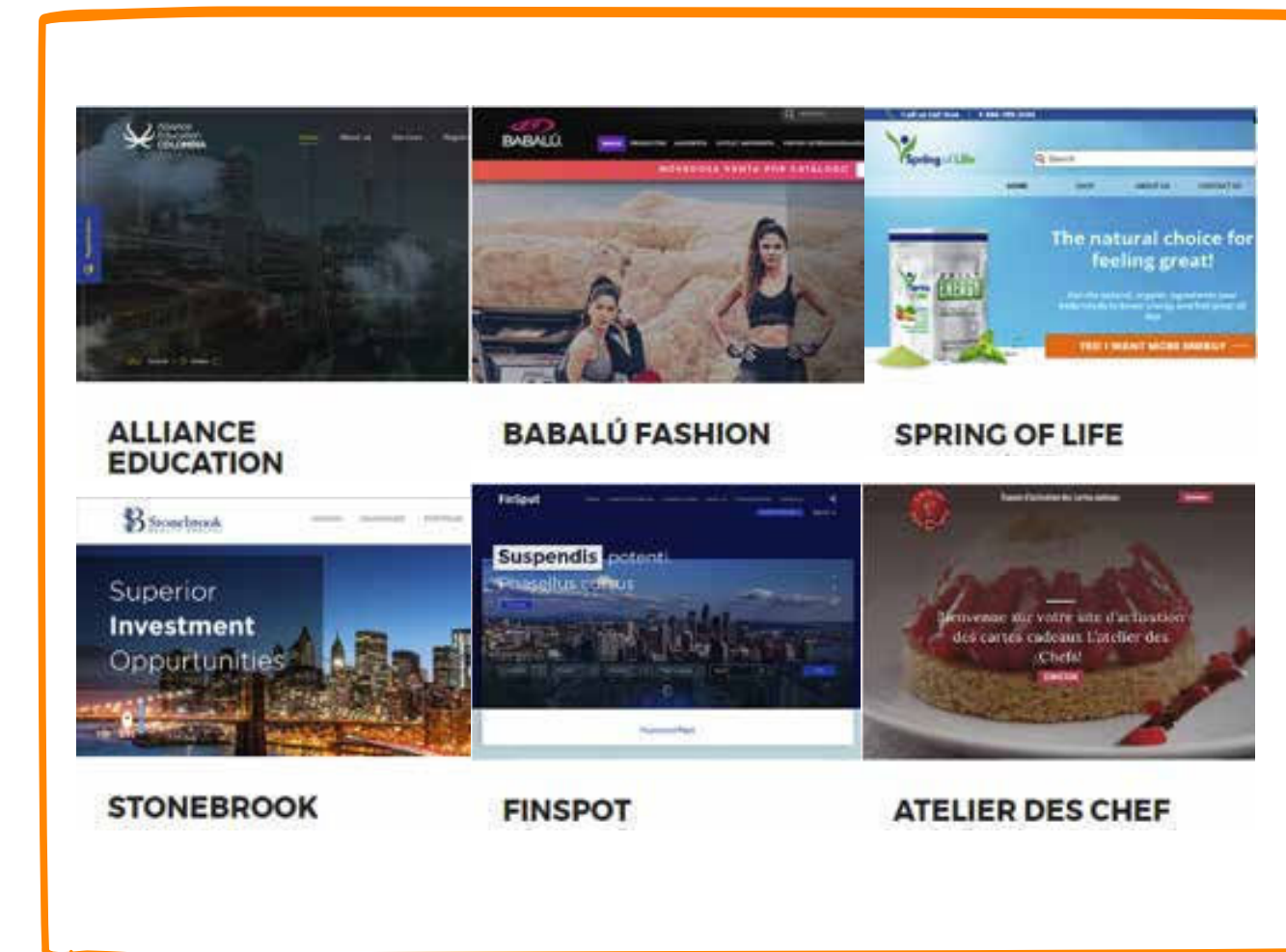
(+57) 300 537 4880



santiago.echeverri@sigma3ds.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Sistema Moda
- Químicos y ciencias de la vida
- Agroindustria
- Metalmecánica y otras industrias.





SM Digital

 smdigital.com.co



Es más que una agencia digital, es un aliado de negocios comprometido con las metas de crecimiento de sus clientes, es un lugar para la creatividad, las buenas ideas, la innovación y la tecnología; un lugar para contagiarse de felicidad. Desde el 2003 trabajan para ayudar a sus clientes a crear experiencias digitales únicas con sus consumidores.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Soluciones integrales en Software
- Medios
- Desarrollo de paginas Web.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos.

CONTACTO



Juan Camilo Molina Escobar



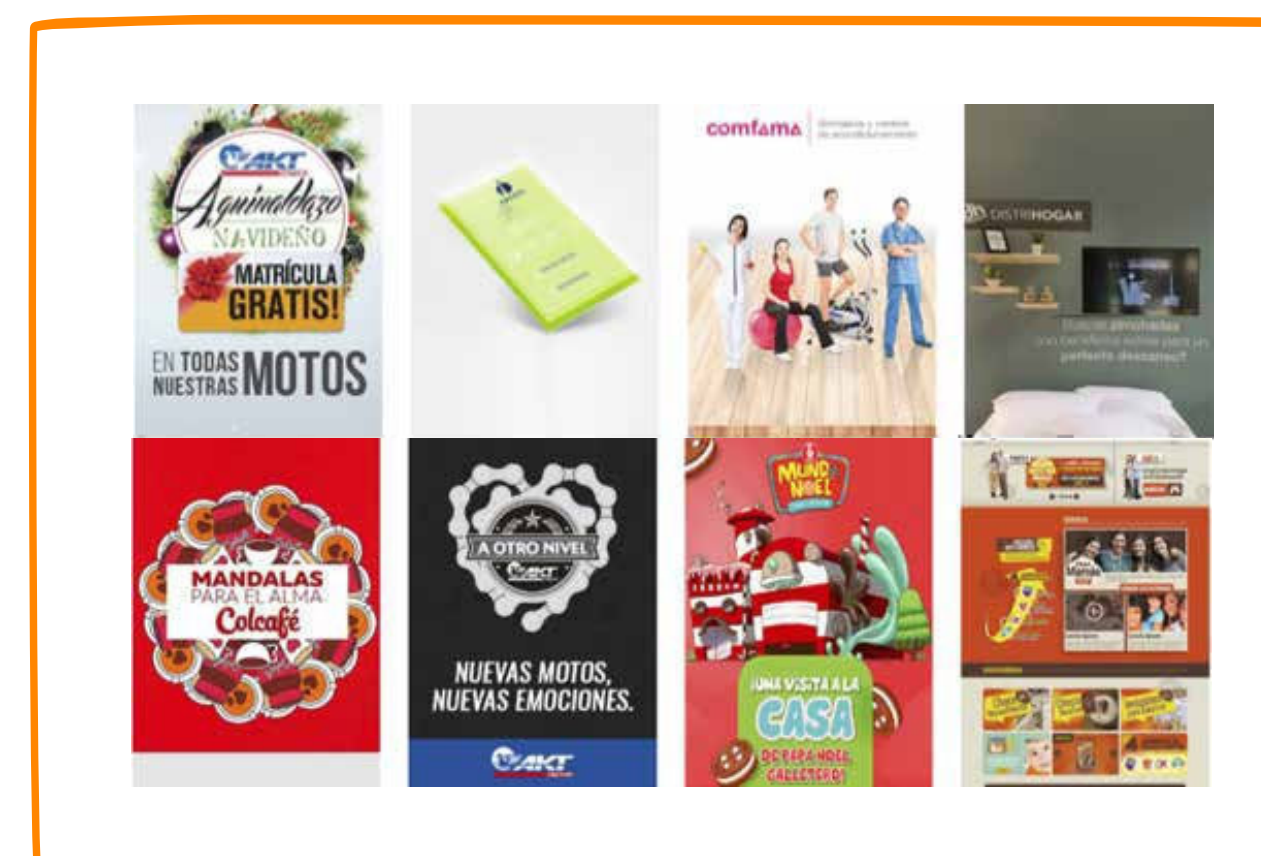
(+57) 321 638 8999



jcmolina@smdigital.com.co

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Educación
- Sistema Moda
- Químicos y ciencias de la vida
- Agroalimentos
- Metalmecánica y otras industrias.



Video informativo:

[https:// youtube.com/ watch?v=ihsztI9f0-M&index=1&list =PLAE10D4DBAE9DCBF4](https://youtube.com/watch?v=ihsztI9f0-M&index=1&list=PLAE10D4DBAE9DCBF4)



IGNIWEB

 igniweb.com/



Empresa dedicada a ofrecer servicios de diseño de web, soluciones de e-commerce y aplicaciones móviles, sistema POS, reportes ERP, integración con Google



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo de web
- E – commerce
- Desarrollo de presencia virtual
- Desarrollo de apps

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados unidos
- Canadá
- Inglaterra.

CONTACTO



Fabian Acosta



(+57) 6 7451042



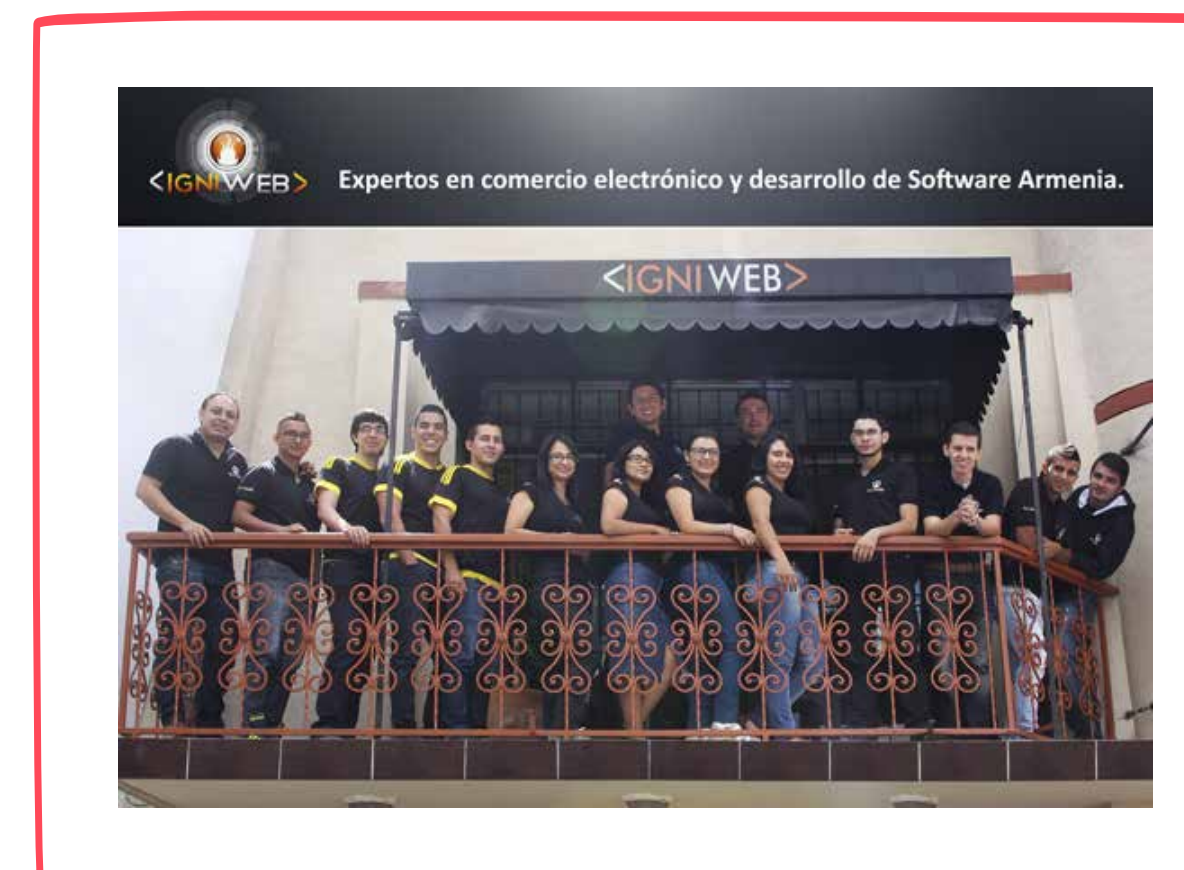
fabian@igniweb.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Empresas pertenecientes a cualquier cadena productiva.

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Licencias
- Venta directa.





SINGLECLICK

 singleclick.com.co/



En SingleClick Solutions S.A.S nos especializamos en otorgar Soluciones Web, ajustadas a las necesidades del cliente; generando valor agregado y una mayor efectividad para su negocio



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Aplicativos web a la medida
- Diseño y desarrollo de sitios web
- Comunicación digital

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Licencias
- Venta directa
- Contratos.

CONTACTO



Christian Lozano



(+57) 6 344 20 55



comercial@singleclick.com.co

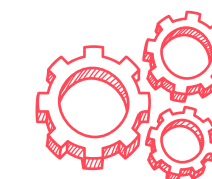
TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Empresas pertenecientes a cualquier cadena productiva.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Perú





VASCO SOLUTIONS

 solucionesenlaweb.com



Vasco Solutions es una empresa dedicada a brindar diferentes soluciones tecnológicas para sus clientes, enfocados en el desarrollo web, manejo y registro de hosting y dominios, servicios de seguridad en la web.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo web
- Desarrollo de aplicaciones
- E - commerce
- Seguridad virtual

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos
- España

CERTIFICACIONES

- SSL certificados de seguridad

CONTACTO



Victor Julian vasco



(+57) 310 276 76 75



vjvasco@vascosolutions.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Empresas pertenecientes a cualquier cadena productiva.

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Licencias
- Venta directa
- Contratos.





BRANDSTUDIO

 brandstudio.com.co

brandstudio.
BAQIBOGIBCNIPY

Empresa dedicada a proveer Investigación de mercados en planes de marketing, reportes de tendencias, monitoreo de la competencia, Mystery Shopping, inteligencia de mercados, Marketing Mix.

Realiza branding en diseño y concepto creativo (arquitectura de la marca, brandbook, campañas de publicidad, marketing digital). También realiza marketing digital, dentro del cual incluye servicios como contenido para redes sociales, reportes, plataformas web. entre otros.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Inteligencia de mercado
- Diseño y concepto creativo
- Marketing digital
- Interiores
- Btl & Eventos

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

CONTACTO



Juliana Cure



(57-5) 3007373
(57) 3002627292

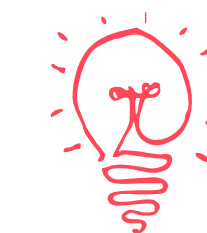


jcure@brandstudio.com.co
info@brandstudio.com.co

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida, Metalmecánica y Otras Industrias (Diseño de páginas web).
- Sistema Moda (Marketing digital, E-Commerce).
- Agroindustria (Diseño de páginas web, E-Commerce).





ELECSIS SOLUCIONES EN INGENIERIA SAS

 elecsis.com.co



Elecsis es una compañía con más de 10 años de experiencia especializada en ofrecer a nuestros clientes soluciones innovadoras y completas que unen tecnología, diseño y marketing, con presencia en Colombia y Estados Unidos. Somos especialistas en el desarrollo, implementación e integración de soluciones tecnológicas orientadas a aplicaciones web y móviles. Diseñamos herramientas y soluciones integrales, incrementando la productividad de su empresa y fortaleciendo su posicionamiento en el mercado.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo de software
- Diseño web
- Desarrollo de aplicaciones
- Investigación de mercado
- Gestión de redes sociales
- Publicidad online
- Eventos y lanzamientos
- Naming y Branding
- Publicidad y publicidad
- SEO y SEM

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida, Metalmecánica y Otras Industrias (Diseño de páginas web).
- Sistema Moda (Marketing digital).

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe



CONTACTO



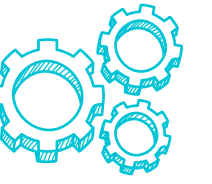
Franklin de la Rosa



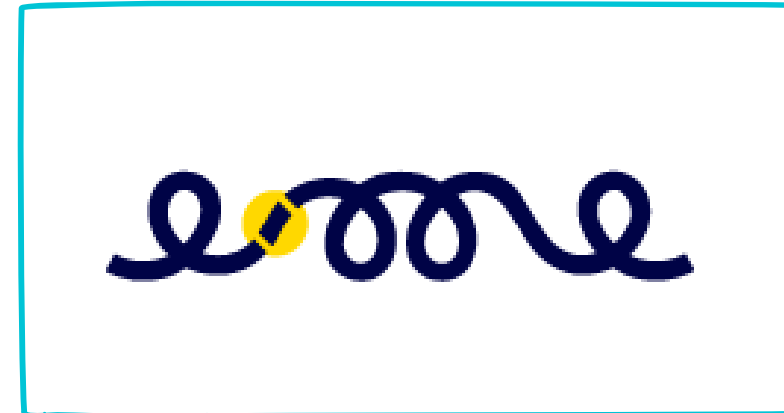
(57-5) 3045109
(57) 3106213372



franklindelarosa@elecsis.com.co



E-ME
e-me.co



E-me es una agencia de publicidad y marketing digital enfocados en la creación y el desarrollo de experiencias digitales. Se encargan del SEO, SEM, E-Commerce y del posicionamiento de su marca.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Páginas Web
- Apps
- Manejo de redes sociales
- Creación de contenido
- Optimización de la tasa de conversión
- Publicidad online
- Branding, piezas y diseños virtuales

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN


- Estados Unidos y el Caribe

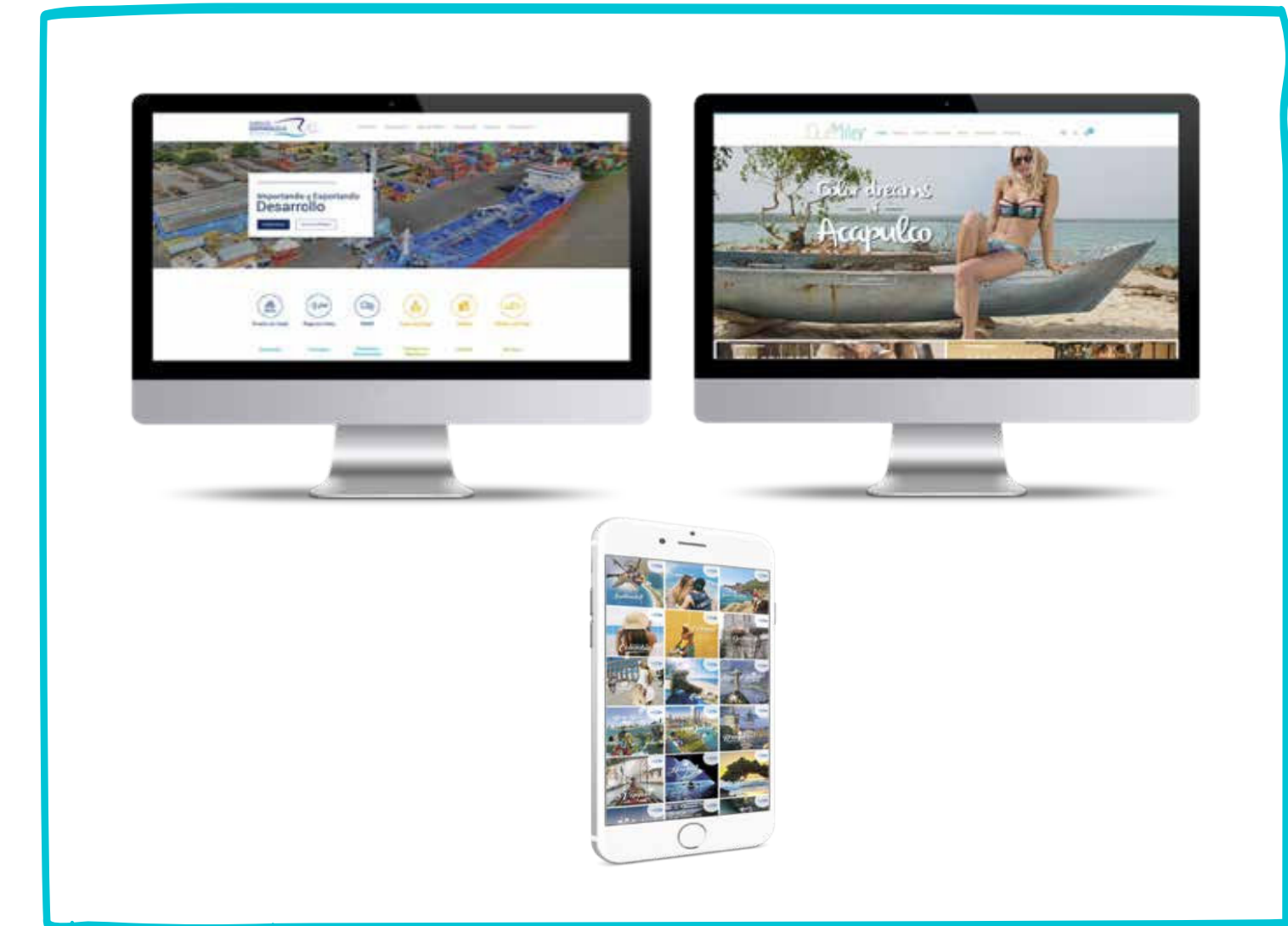
TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

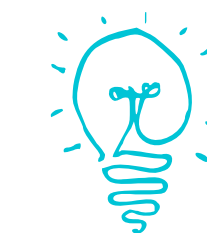
- Químicos y Ciencias de la Vida, Sistema Moda, Metalmecánica y Otras Industrias (Diseño de páginas web).
- Agroindustria (E-Commerce).

CONTACTO

 Marcela Hinestrosa
marcela@e-me.co
3015019405

 Daniel Vengoechea
info@e-me.co
(57-5) 3013393783
(57) 3013393783



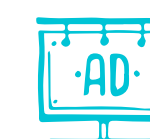


GOOD CREATIVOS

goodcreativos.com



Empresa de contenidos digitales y software, que desde hace 11 años brinda consultorías y asesorías en el área de Publicidad, Comunicación y Mercadeo, con amplios servicios para la realización de proyectos.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Branding
- Diseño 3D y Modelado Renders
- Diseño de ciclos de consumo, ventas y servicio al cliente
- Diseño Gráfico y Publicitario
- Diseño web W3C , intranet y desarrollo de software
- Estrategias de publicidad y Marketing
- Marketing Digital SEO – Redes Sociales
- Portafolio

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Sistema Moda (Marketing digital, Software)

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

CONTACTO



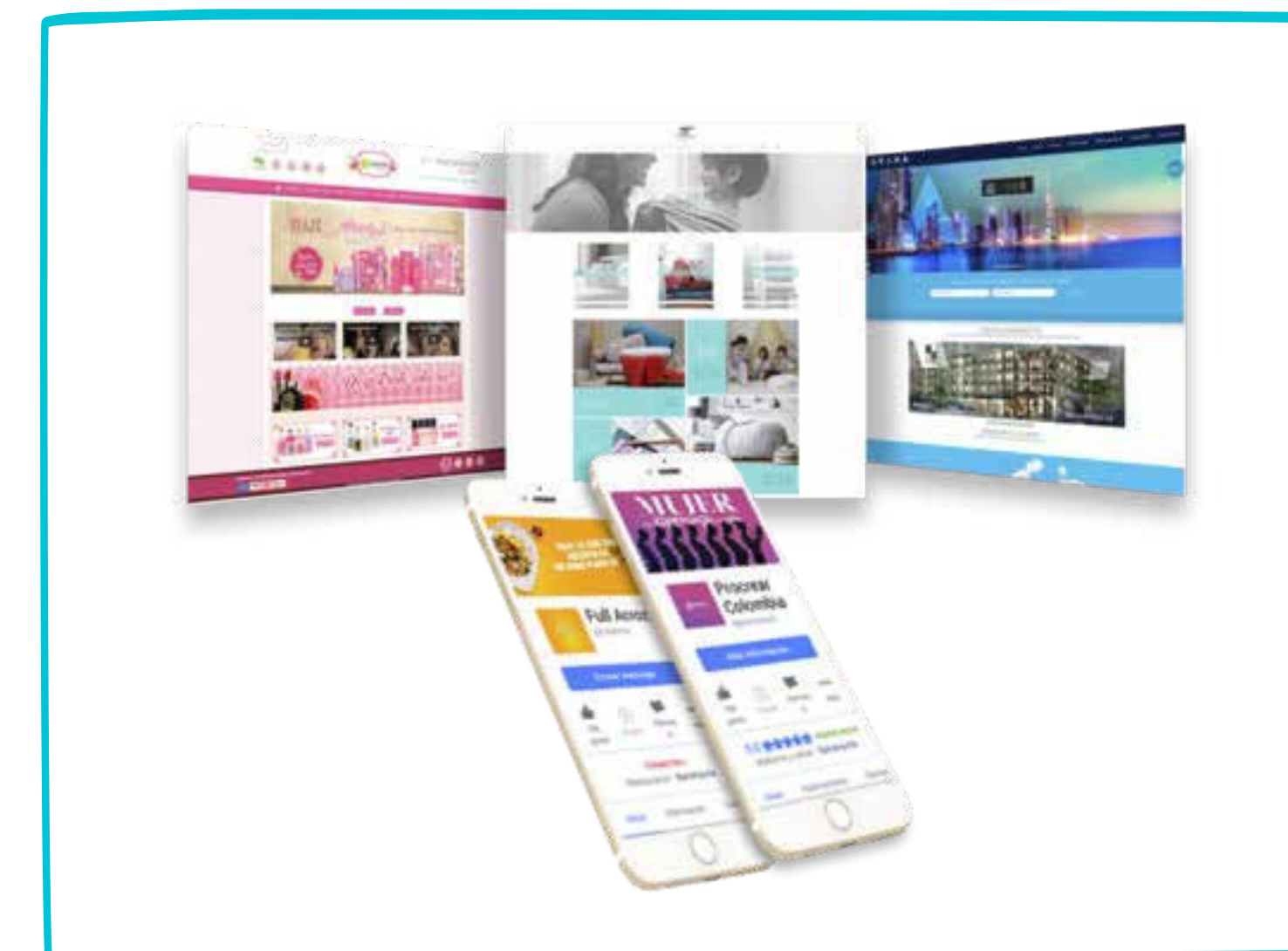
Isaac Fajardo

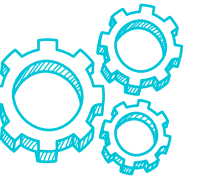


(57-5) 3584534
(57) 3013586964



goodcreativos@gmail.com
admin@goodcreativos.com





GRUPO VIRTUAL DISEÑO

 virtualdiseño.com/ virtualp/



Somos una empresa fundada en el 2004, conformada por un equipo multidisciplinario y especializado en imagen corporativa, tecnología de la información y asesoría administrativa comercial y de procesos que con un enfoque sistémico de las organizaciones.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Apps
- Impresores
- Soluciones de Software
- Páginas Web
- Diseño y posicionamiento de marca
- Desarrollo de plataformas web y móviles
- Desarrollo a la medida

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

CONTACTO



Mario Andrés
Salazar Pineda



(57-5) 3006677
(57) 3175103344



ventas@virtualdiseño.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida, Sistema Moda, Metalmecánica y Otras Industrias (CRM).
- Agroindustria (Desarrollo de aplicaciones móviles).





JOONIK
joonik.com



JOONIK es una agencia digital especializada en el desarrollo de aplicaciones móviles y soluciones web. Diseñamos y desarrollamos páginas web, aplicaciones móviles y software empresarial; incorporando las últimas tendencias y tecnologías. Creamos plataformas de alta tecnología que transforman su visión en soluciones tangibles de negocio.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Aplicaciones móviles
- Soluciones web
- Marketing digital
- Redes Sociales

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

CONTACTO



Miguel Dangond



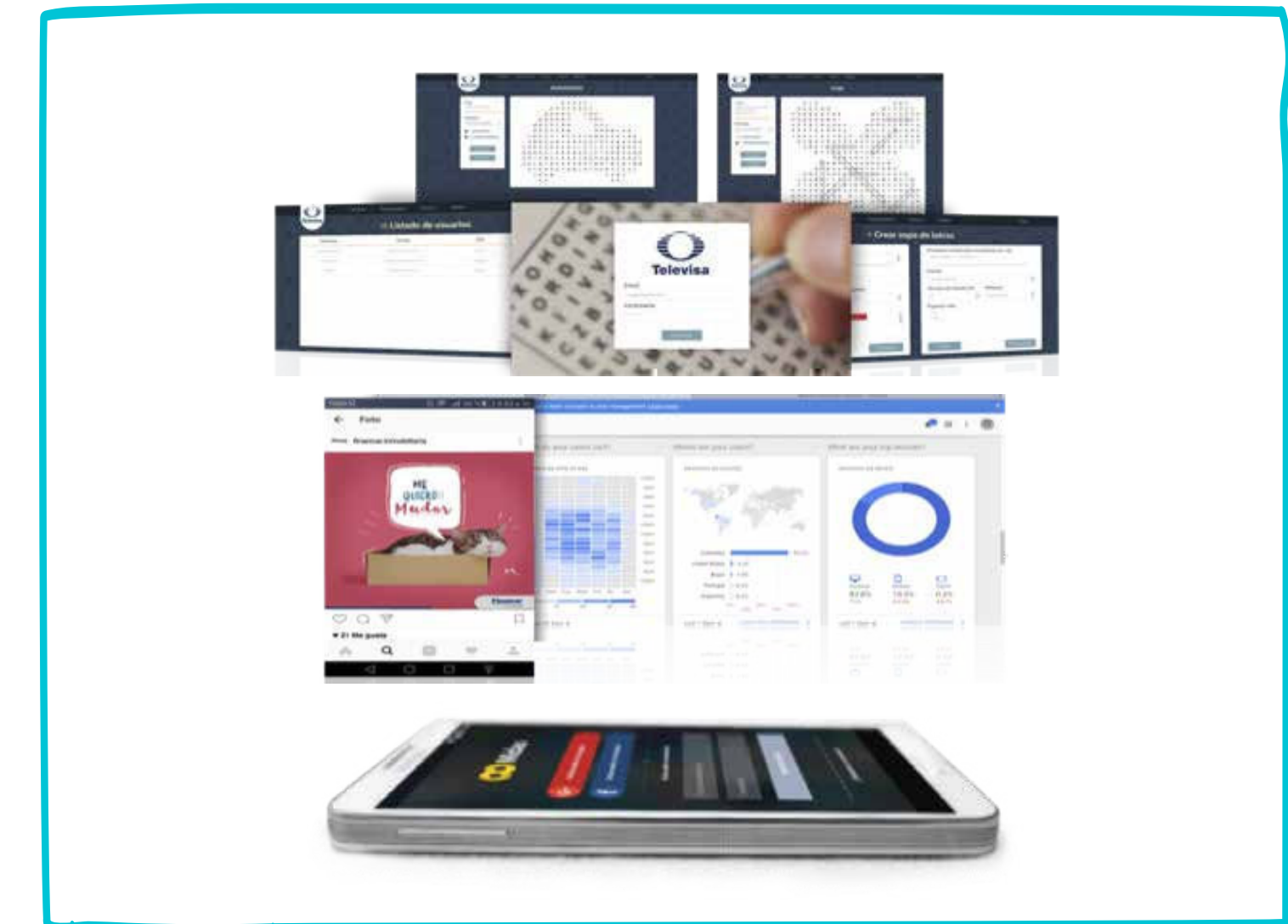
(57-5) 3564995
(57) 3113771301



mdangond@joonik.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida, Metalmecánica y Otras Industrias (Diseños de páginas web)
- Agroindustria (E-Commerce, Diseños de páginas web)
- Sistema Moda (Marketing Digital)





K O O M B E A
🌐 koombea.com



Koombea es una agencia de estrategia, diseño y desarrollo de productos digitales web y móviles, que se especializa en la construcción de aplicaciones móviles y web de clase mundial. Hemos estado creando experiencias digitales innovadoras utilizando nuestro propio método de desarrollo ágil personalizado durante casi una década. Tenemos oficinas en San Francisco, Nueva York, Miami y Barranquilla.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Aplicaciones
- Páginas Web
- Desarrollo de productos digitales
- Desarrollo móvil
- Diseño móvil
- Diseño web
- Aplicaciones web

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos y el Caribe

CONTACTO



Nicolás Costa



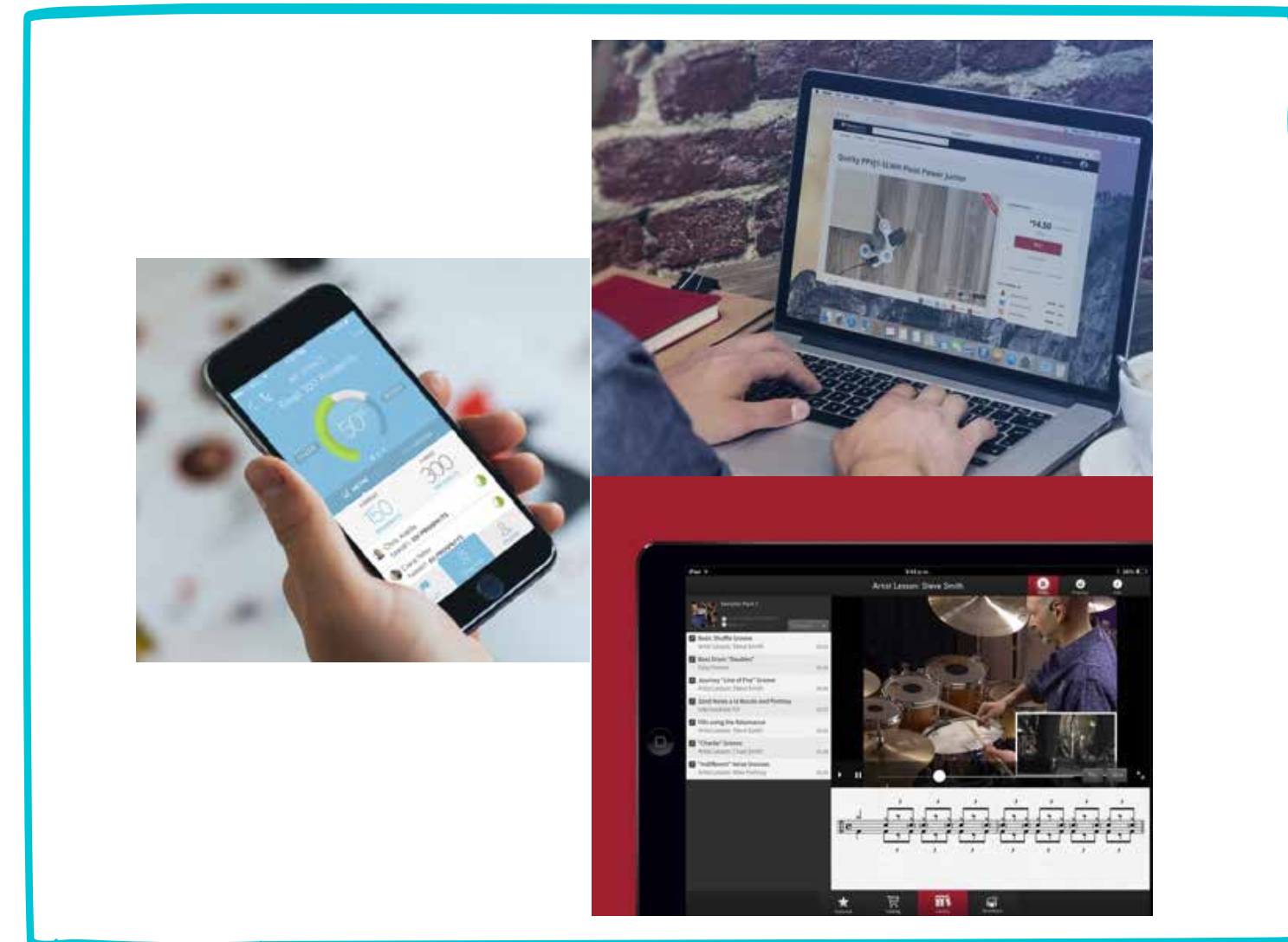
(57-5) 3782100
(57) 3157333205



nicolas.costa@koombea.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Químicos y Ciencias de la Vida
- Agroindustria
- Metalmecánica y Otras Industrias (Diseños de páginas web)





CREANOVO TECNOLOGÍAS S.A.S.

 creanovotecnologias.com/



Empresa dedicada a la creación de páginas web, tiendas virtuales, intranet corporativas, diseño y desarrollo personalizado, así como soluciones móviles para dispositivos iOS y Android. Sus clientes corresponden a empresas de todos los sectores en el Eje Cafetero y Bogotá, siendo los más grandes Michellin y Pirelli Colombia.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo web (páginas web, tiendas virtuales, intranets corporativas).
- Desarrollo de aplicaciones móviles

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos

CONTACTO



David Restrepo



(57) (6) 8909309
(57) 3153516920



davidrestrepo@creanovotecnologias.com

VOLUMEN Y CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

- Según dimensión de proyecto

MODELOS DE NEGOCIO

- Desarrollo a la medida

CANAL

- Distribuidor directo





ZOPP GROUP S.A.S.

zopp.co/



Empresa creadora de estrategias de Inbound Marketing para atracción de clientes a través de varias herramientas TI: marketing digital, Social Media, desarrollo de paginas web con integración a mas elementos, SEO, Emailing, pautas en internet, producción de contenidos, infraestructura (servidores, hosting, dominios), y software que permite a las empresas verificar bases de datos con comportamientos de visitas interacciones de usuarios para así atraer clientes.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Software de Inbound Marketing
- Marketing Digital
- Social Media
- Paginas web
- Pautas en Internet
- SEO, Emailing

CANAL

- Distribuidor directo

CONTACTO



Oscar David Ramirez



(57) (6) 8868673
(57) 3006921544



empatia@zoppagency.com

VOLUMEN Y CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

- Según dimensión de proyecto

MODELOS DE NEGOCIO

- Desarrollo a la medida
- Producto TI Propio (software de Inbound Marketing)





CINNCO S.A.S.
cincco.co/



Cincco S.A.S. es una compañía ubicada en Manizales, dedicada a la creación de soluciones tecnológicas aplicables a cualquier sector de la industria, desarrollo de aplicaciones web a la medida y desarrollo de aplicaciones móviles.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo de Aplicaciones web
- Desarrollo de Aplicaciones móviles

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos

CONTACTO



Carlos Serna



(57) 3122140513



carlos.serna@cincco.co

VOLUMEN Y CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

- Según dimensión de proyecto

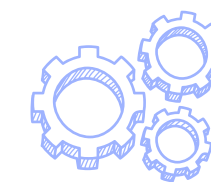
MODELOS DE NEGOCIO

- Desarrollo a la medida

CANAL

- Distribuidor directo





ADSMOVIL
adsmovil.com



Empresa que diseña y ofrece soluciones de publicidad móvil con presencia en Estados Unidos, Brasil, México, Colombia, Argentina y Chile. La empresa ofrece herramientas que soportan la compra programática bajo un entorno 100% móvil. Las soluciones de Adsmovil permite la eficiencia en la ubicación de audiencias objetivas con gran experiencia con la población hispano americana radicada en el exterior.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- DATA
- DSP Móvil
- Localización de Campañas
- Anuncios Rich Media

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Agencias de Publicidad
- Sistema Moda
- Consumo Masivo
- Gobierno
- Manufacturas
- Entretenimiento

CONTACTO



Alberto Pardo



+57 310 2242624



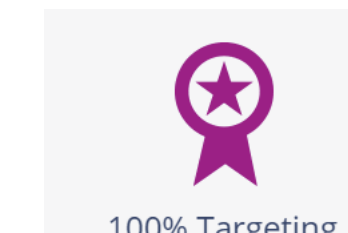
banano@adsmovil.com

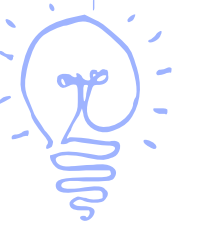
PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos
- Brasil
- México
- Panamá

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Fee único por diseño e implementación de campaña de publicidad





ALDEAMO
aldeamo.com



Empresa que se dedica a facilitar la comunicación entre empresas y sus clientes por medio de herramientas de comunicación y productos propios que impactan directamente a los ingresos de sus clientes con más de 20 años de experiencia, operaciones en 11 países y más de 300 clientes a quienes ayuda a implementar tecnología en sus procesos de comunicación.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- SMS
- BOTS
- Email
- Voz
- RCS
- Documentos Digitales

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Perú
- Guatemala
- Ecuador
- México

CONTACTO



Jorge Torrico



+57 321 2159925



jorge.torrico@aldeamo.com

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Servicios Públicos
- Telecomunicaciones
- Banca
- Aseguradores
- Consumo Masivo
- Gobierno

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Fee escalonado por el número de transacciones asociadas a cada producto

ALDEAMO AHORA TIENE WHATSAPP BUSINESS

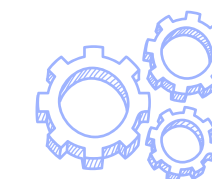
- Comunicaciones empresariales a través de WhatsApp.
- Contenido multimedia, imágenes, videos, archivos, documentos.
- Nuevas formas y oportunidades para que tu empresa se comunique con sus usuarios.
- Innovación de tecnologías de comunicaciones.

Contáctanos en:
Colombia: (57) 321 215 9925
Perú: (51) 987 834 444
Ecuador: (593) 98 977 7866
Costa Rica: (502) 3079 36 75
México: (52) 33 3902 2423

Visítanos en:
www.aldeamo.com
whatsapp.aldeamo.com

ALDEAMO

EMAIL	BOTS	SMS
VOZ	RCS	ALDEAMÓVILES



EXSIS SOFTWARE

 exsis.co



Exsis apoya a las empresas en su proceso de transformación digital, creando soluciones personalizadas que satisfacen las necesidades del mercado. Más de 20 años de experiencia, con 50 casos de éxito en mercado internacional y nacional, más de 200 proyectos ejecutados y con las certificaciones de calidad más altas de la industria.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Apps
- Desarrollo a la medida
- Outsourcing

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

Estados Unidos

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Fee por desarrollo, implementación y mantenimiento
- SaaS

CONTACTO



Sebastian Jimenez



+57 310 3279440



sebastian.jimenez@exsis.com.co

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Finanzas
- Aseguradoras
- Gobierno
- Salud
- Agricultura
- Transporte

CERTIFICACIONES

- CMMI Nivel 5
- ISO2700
- Microsoft Gold Partner





GLOBANT
globant.com



At Globant, we dream and build digital journeys that matter to millions of users. These kinds of Digital Journeys exceed the creation of a website, an app or even a uni ed omnichannel experience. It involves the creation of a deeper relationship with the users by delivering memorable experiences that are personalized, time sensitive, and context and location aware. It's what we call an omnirelevant experience..



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Apps
- Inteligencia Arti cial
- Consulting
- Big Data
- Gaming
- IoT
- Ciberseguridad

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos
- Reino Unido
- Argentina

CONTACTO



Andres Giolito



+57 320 2616970



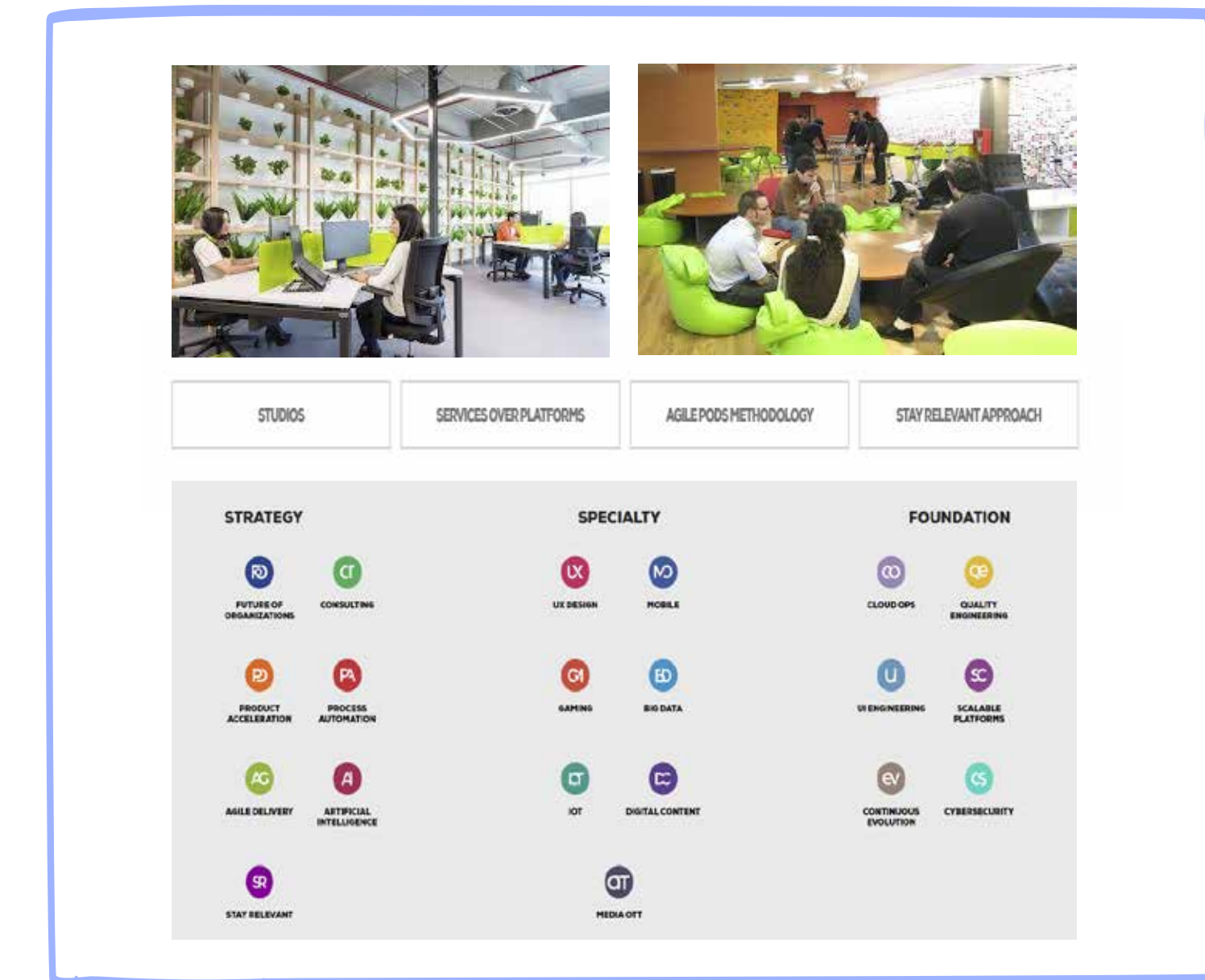
andres.giolito@globant.com

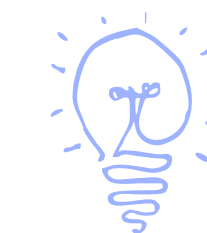
TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Turismo
- Gobierno
- Entretenimiento
- Finanzas
- Educación
- Servicios

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

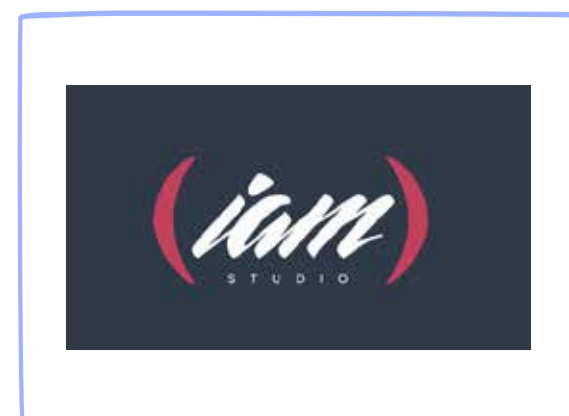
- Fee por desarrollo
- Implementación y/ o mantenimiento



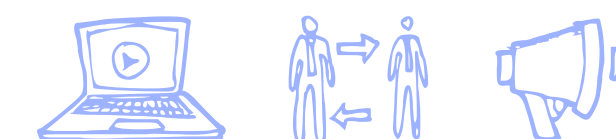


I AM STUDIO

 iamstudio.co



Ofrecemos una combinación de talento, soluciones integrales / creativas y una operación rentable. Somos una extensión de su equipo, con un lenguaje común, alineación cultural y una ubicación óptima que permita una comunicación fácil. Construimos hermosas aplicaciones web. Una aplicación web es más que una página web, lo entendemos y por eso construimos aplicaciones web escalables, hermosas y fuertes que permiten a su negocio crecer y conectarse con sus grupos de interés. Utilizamos tecnologías de vanguardia para llevar su negocio al siguiente nivel.



PRODUCTOS/ SERVICIOS

- Desarrollo a la medida
- Desarrollo Web
- Desarrollo Mobile
- Google Cloud Platform

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN

- Estados Unidos

CONTACTO



Julian Montaña



+57 300 2381908



julian.montana@iamstudio.co

TIPOS DE INDUSTRIAS A LAS QUE ATIENDE CON SU SOLUCIÓN

- Manufacturas
- Servicios
- Entretenimiento

MODELOS DE NEGOCIO (SaaS, Licencia, hosting)

- Fee por desarrollo
- implementación y/ o mantenimiento





PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

Gracias