Accenture Interactive

# EFECTIVIDAD EN MARKETING

## NUEVO MINDSET PARA UN NUEVO MARKETING

**PHILIPPE DUCLOS**
**DIRECTOR ACCENTURE INTERACTIVE**

# LA MANERA DE TRABAJAR EN **MARKETING** HA SUFRIDO **CAMBIOS** EN LOS ULTIMOS AÑOS

Copyright © 2017 Accenture, All rights reserved. 

# MARKETING ‘TRADICIONAL’

*El marketing tradicional consiste en las funciones tradicionales de atraer, retener y hacer crecer a los consumidores*

- Advertising
- Acquisition
- Brand Equity
- Branding
- Campaign Management
- Primary research
- Segmentation
- Loyalty

TRANSFORMACION

# ‘NUEVO’ MARKETING

*El nuevo marketing se extiende más allá de la función de marketing tradicional para **influir** **en los resultados de ventas, servicios y TI***

- Advertising
- Acquisition
- Brand Equity
- Branding
- Campaign Management
- Primary research
- Segmentation
- Loyalty

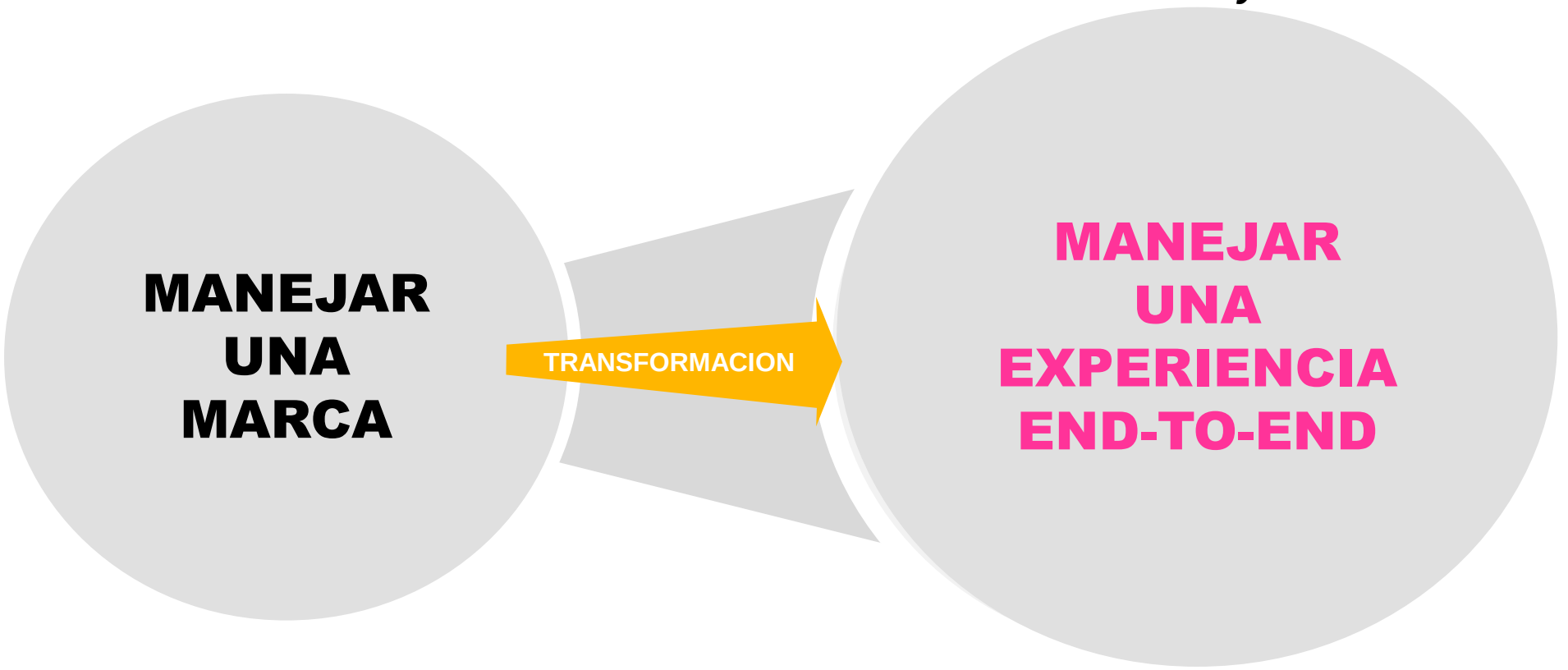
Brand Persona
Social Media
Analytics
Marketing automation
Digital Experience
User Experience
Digital
Product / Service Innovation
Mobile & Web
SEO
Big Data
Customer Feedback Management

## MARKETING ‘TRADICIONAL’

*El marketing tradicional consiste en las funciones tradicionales de atraer, retener y hacer crecer a los consumidores*

## ‘NUEVO’ MARKETING

*El nuevo marketing se extiende más allá de la función de marketing tradicional para* ***influir*** ***en los resultados de ventas, servicios y TI***

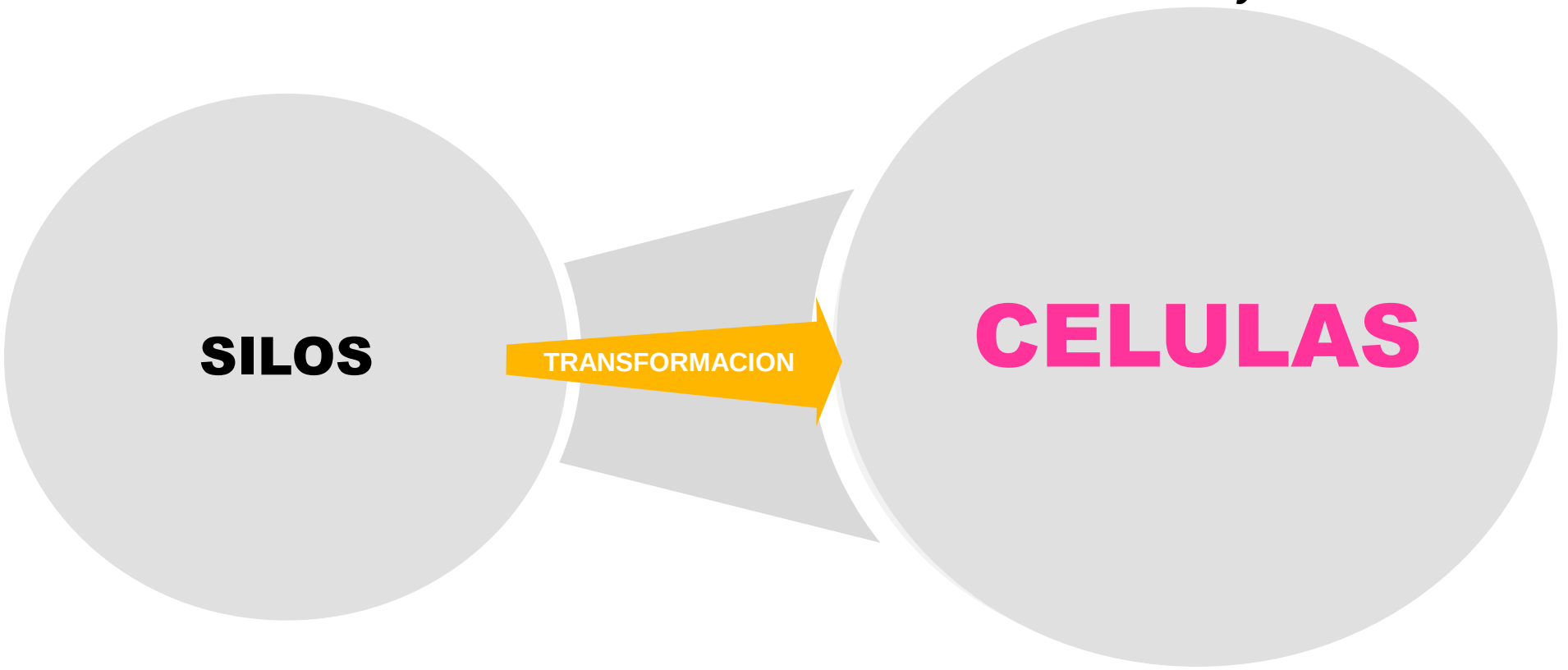


## MARKETING ‘TRADICIONAL’

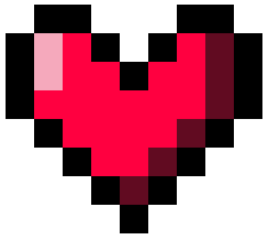
*El marketing tradicional consiste en las funciones tradicionales de atraer, retener y hacer crecer a los consumidores*

## ‘NUEVO’ MARKETING

*El nuevo marketing se extiende más allá de la función de marketing tradicional para* ***influir*** ***en los resultados de ventas, servicios y TI***



# EFECTIVIDAD EN EL MARKETING ‘TRADICIONAL’



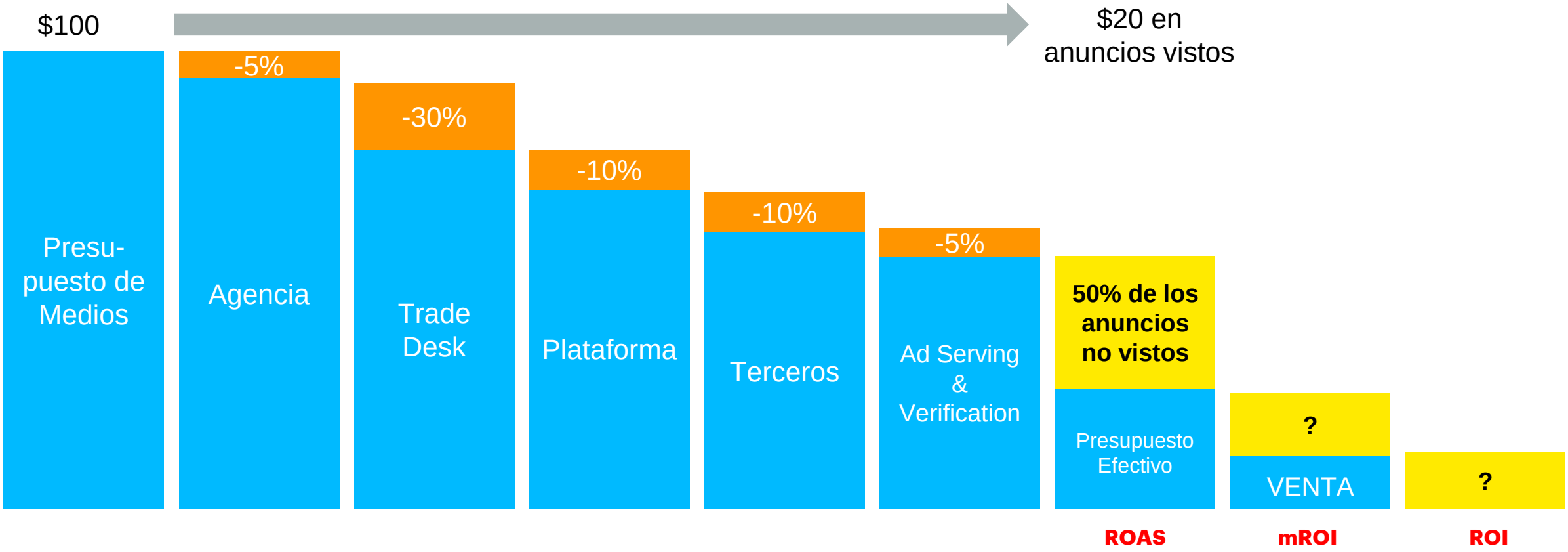
*“La mayoría siente que su **presupuesto de marketing se está desperdiciando** y no está entregando **los resultados que la empresa espera**”**

* Forrester: Top Priorities For CMO’s in  2017

# EFECTIVIDAD EN EL ‘NUEVO’ MARKETING

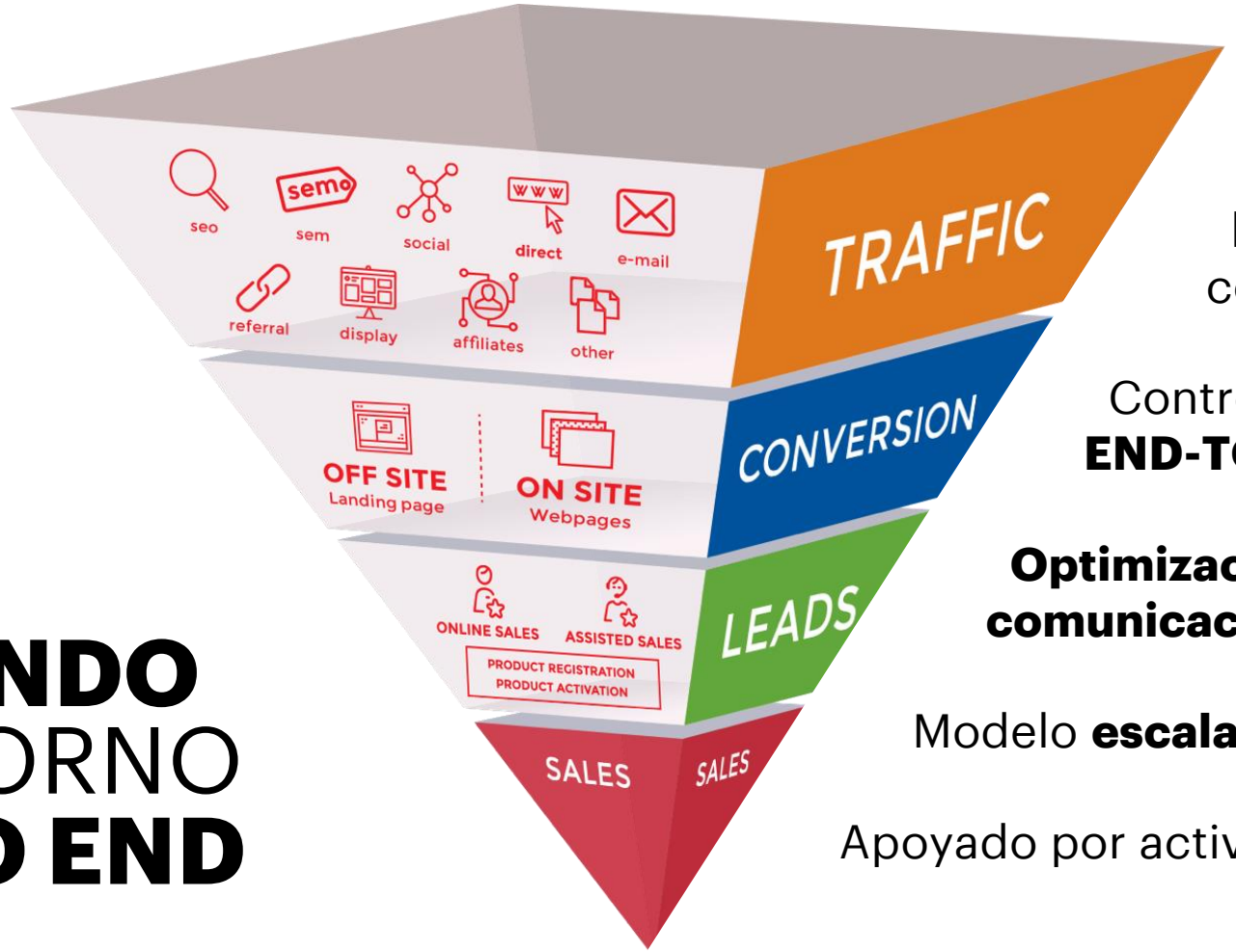
**ROI** > mROI

# UNO DE LOS DESAFIOS:
## PODEMOS IDENTIFICAR CLARAMENTE LOS COSTOS EN LA CADENA DE VALOR?




ILUSTRATIVO

# COMO LOGRAMOS MAYOR EFECTIVIDAD?




**MEDIENDO**
EL RETORNO
**END TO END**

Re-imaginar el **negocio**,
la **marca** y las oportunidades
con los **consumidores**

Control y optimización
**END-TO-END** de las ventas

**Optimización** continua de la
**comunicación** en base a **datos**

Modelo **escalable** / Metodologías **agiles**

Apoyado por activos **aceleradores y tecnología**

# TODO COMIENZA CON UN CAMBIO DE MINDSET

| DESDE | | HACIA |
|---|---|---|
| Un enfoque masivo con una personalización mínima | HYPER-SEGMENTED | Híper segmentación dirigida por necesidades y contexto específicos |
| Creatividad | INSIGHTS-DRIVEN | Creatividad en base a datos |
| “Cuando la marca está lista” | CONTEXT OF NOW | “Cada vez que el consumidor quiera” |
| Sitios (puntos de contacto) que siempre comienzan en la "página de inicio" | PERSONALISED | Sitios (puntos de contacto) que comienzan donde los consumidores lo dejaron por última vez |
| Experiencias diseñadas alrededor de sus productos y procesos | EXPERIECE CENTRIC | Experiencias diseñadas alrededor de las personas y su propósito |
| Transacciones en tiendas físicas separadas de las en línea | COMMERCE EVERYWHERE | Comercio sin fricciones en todas partes |
| KPI de marketing separados de Los objetivos de ventas | RESULTS-ORIENTED | Orientado a los resultados y END-TO-END basado en ownership de costos |

# ESTO IMPLICA CAMBIOS SOBRE EL MODELO OPERATIVO, LAS VENTAS Y EL MARKETING

## NEW SKILLS NEW PEOPLE

# DATA SCIENTISTS
# MARKETING TECHNOLOGY SPECIALIST
# EXPERIENCE ARCHITECTS

## IMPACT ON THE MARKETING DEPARMENT ROLE

# CMO TIENE QUE SER CXO
# EVOLUCIÓN DE LA RELACIÓN CMO/CIO
# METODOLOGÍA AGILE

## NEW CAPABILITIES & TECHNOLOGY

# DMP Y NUEVA VISIÓN DE CONOCIMIENTO DEL CLIENTE
# PROGRAMMATIC / AGENCIA INTERNA
# BIG DATA Y ADVANCED ANALYTICS
# METODOLOGÍA TEST AND LEARN
# CONTENIDOS DIGITALES PERSONALIZADOS

## NEW PARTNER ECOSYSTEM

Copyright © 2018 Accenture. All rights reserved. 

# QUE RESULTADOS HEMOS VISTO?

## CADENA GLOBAL DE HOTELES

**+25%**

**SALES GROWTH**

- Servicios integrados end-to-end que incorporan planificación y compra de medios digitales, programáticos, PPC, análisis, optimización y CRM.
- Personalización basada en análisis en todos los canales por DMP y supervisados a través de modelos de atribución de ventas.

## EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES

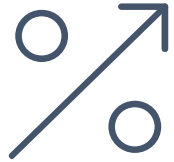
- **200% AUMENTO EN VENTA**
- **60% DE REDUCCIÓN DEL COSTO POR LEAD**
- **AUMENTO DEL CTR DEL 90%**
- **120% MÁS CLIENTES POTENCIALES**

SALES ACCELERATION PROGRAM
E2E CAMPAIGN MANAGEMENT, talent and 'over-the-top' tools

# ¿POR DONDE PODEMOS PARTIR HOY?

Toma control de los datos y asegura la transparencia

Alinea los objetivos de tus proveedores y partners con los de tu negocio



Revisa tu modelo operativo, ¿está preparado para la transformación?

- Conecta y alinea las necesidades del **consumidor con el negocio** a través del marketing.

Accenture Interactive

# EFECTIVIDAD EN MARKETING

## NUEVO MINDSET PARA UN NUEVO MARKETING

**PHILIPPE DUCLOS**
**DIRECTOR ACCENTURE INTERACTIVE**