



Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

Presentación de credenciales



Octopus Marketing
Asesores en Competitividad





Antecedentes

- En los negocios de hoy donde los grandes corporativos se apoderan de los mercados, se requiere de una organización inteligente y flexible para competir donde sea rentable.
- Octopus Marketing *está aquí* para detectar puntos susceptibles a ser optimizados y generar una posición competitiva superior.
- La Mercadotecnia como disciplina comercial está provista de varias herramientas, que en su ejecución contribuyen a mejorar y sostener una posición competitiva.
- La metodología de Octopus Marketing permite desarrollar planes comerciales, accionables y medibles, que contribuyen a capitalizar oportunidades latentes.





¿Quiénes somos?

- Somos un despacho/ boutique de consultores expertos en Mercadotecnia, Mercadotecnia Digital y Comercio Electrónico.
- Nuestros servicios:

1. Consultoría en Mercadotecnia

- Para empresas que requieren apoyo externo en la formación de estrategias para elevar la competitividad.

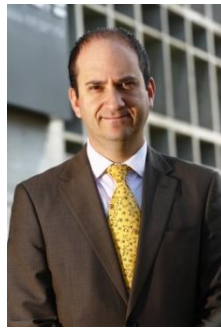
2. Estrategias Digitales

- Para negocios que que desean incursionar u optimizar su gestión en medios digitales.

3. Consultoría en Comercio Electrónico

- Para empresas que desean vender en línea o incrementar su negocio multicanal.





¿Quiénes somos?

ABRAHAM GEIFMAN

Licenciado en Comunicaciones por la Universidad Nuevo Mundo, con pos-gradados en Mercadotecnia (UIA), Finanzas (ITAM), Gerencia de Ventas (ITAM) y Habilidades Directivas (ITESM).

Catedrático de posgrado en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) desde el 2001, en la Universidad Iberoamericana (UIA) del 2008 al 2009 y en la Universidad Anáhuac desde el 2013.

Con más de 22 años de experiencia en Publicidad y Mercadotecnia en empresas como: Ogilvy & Mather, Seagram, Cadbury Schweppes, Quaker Oats, Schering Plough, Mc Graw Hill, Becton Dickinson, Pilgrim's Pride, IBM y SAP.

Conferencista, capacitador y colaborador del Grupo Editorial Expansión y columnista en las revistas Merca 2.0 y Forbes.

Autor del libro "Mercadotecnia con Salsa, experiencias locales que enriquecen la teoría global", Editorial Lagares, 2013





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

Experiencia en marcas globales



Nuestros clientes – Entretenimiento



Multi-emotion- Salas de Bingo y casinos



Televisa – Empresa de medios.



Pekelandia – Centro de Entretenimiento infantil.



Xcaret – Parques recreativos.





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

Cadbury ADAMS

una compañía de Cadbury Schweppes

SUPER SPEED FLOW
PERFORMANCE AIR CAR SYSTEMS & FILTERS

MERCK



brafer
al cuidado de tu piel

LAMY

Design. Made in Germany.

Nuestros clientes – Consumo

Cadbury Adams - Confitería

Super Speed Flow – Filtros de aire de alto flujo para Automóviles.

Merck – Empresa Farmacéutica

Vinisa – Distribuidor y minorista de vinos y licores

Laboratorios Brafer

Plumas Lamy





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad



Revital
Clínica de Estética y
Antienvejecimiento



Nuestros clientes – Consumo

Revital – Clínica de medicina estética

Andrea – Venta por Catálogo

Ralph Wilson – Recubrimientos para muebles



Nuestros clientes - Servicios



Grúas Salas – Maniobras y Transporte especializado



Condor Consulting- Empresa integradora de servicios de TI



2pareja.com - Sitio web para solteros (Matchmaking).



DEF Consultores – Consultores para empresas familiares



FEHER & FEHER

CONSULTORIA EN NEGOCIOS Y FRANQUICIAS

Feher & Feher – Consultoría en Franquicias



Nuestros clientes - Servicios

Net Transport - Freight Forwarder.

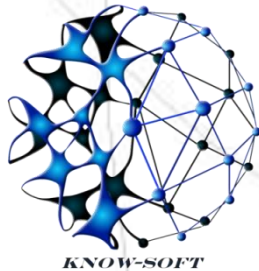
Legal Tracking – Software para despachos de abogados

Knowsoft– Software de Knowledge Management

Multimóvil – Renta de Oficinas móviles



Octopus Marketing
Asesores en Competitividad



**Multi
Móvil**



Nuestros clientes –Educación y ONG's



Instituto Mexicano de Investigación en Familia y Población AC - Asociación Civil sin fines de lucro.



Hombre Naturaleza AC- Fundación ambientalista del cantante Emmanuel.



GS1-Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico AC



UNITEC –Universidad Tecnológica de México

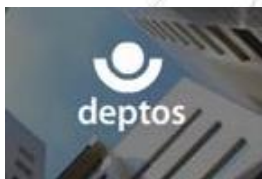


Instituto Acatitlán –Colegio





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad



Grupo Deptos- Constructora



Cibergestión

Cibergestión- Tercerización de servicios para el sector inmobiliario



Remax Génesis – Franquicia inmobiliaria



Hir Casa-Financiamiento inmobiliario



Isi Brokers –Inmobiliaria





Nuestro diferenciador

- Contamos con la más moderna y completa **metodología** de trabajo, proveniente de las mejores prácticas de empresas multinacionales.
- Tenemos una confiable **red de especialistas** en la ejecución de planes comerciales.





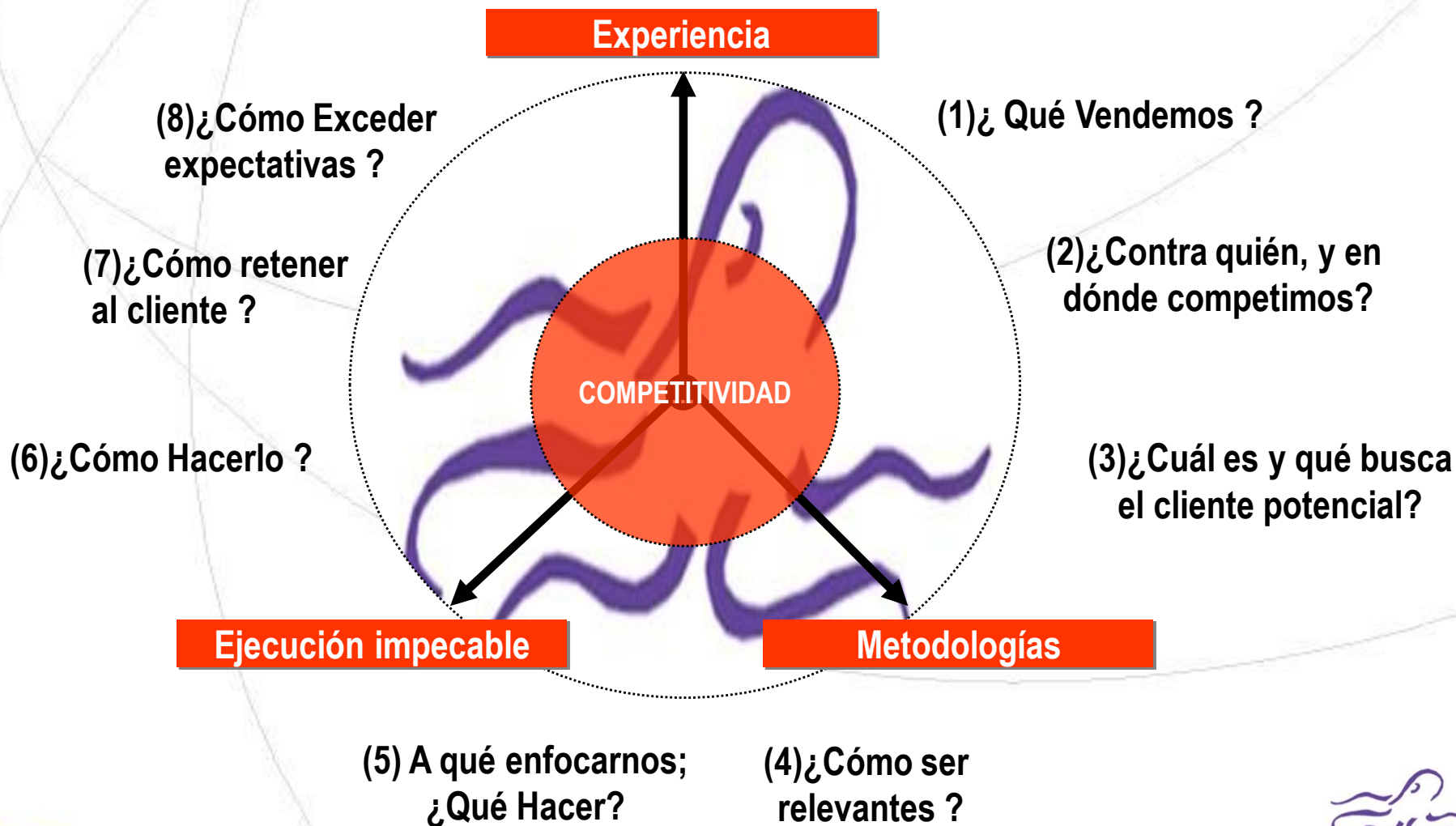
Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

CONSULTORIA EN MERCADOTECNIA





El método Octopus





(1) ¿ Qué Vendemos ?

- Entendimiento del negocio.
- Identificar el beneficio “Intangible”.
- Historial de ventas, utilidades.
- Análisis de acciones previas de Mercadotecnia o publicidad.
- Revisión de Estados Financieros.



- Entrevistas
- Análisis de información
- Assessment inicial

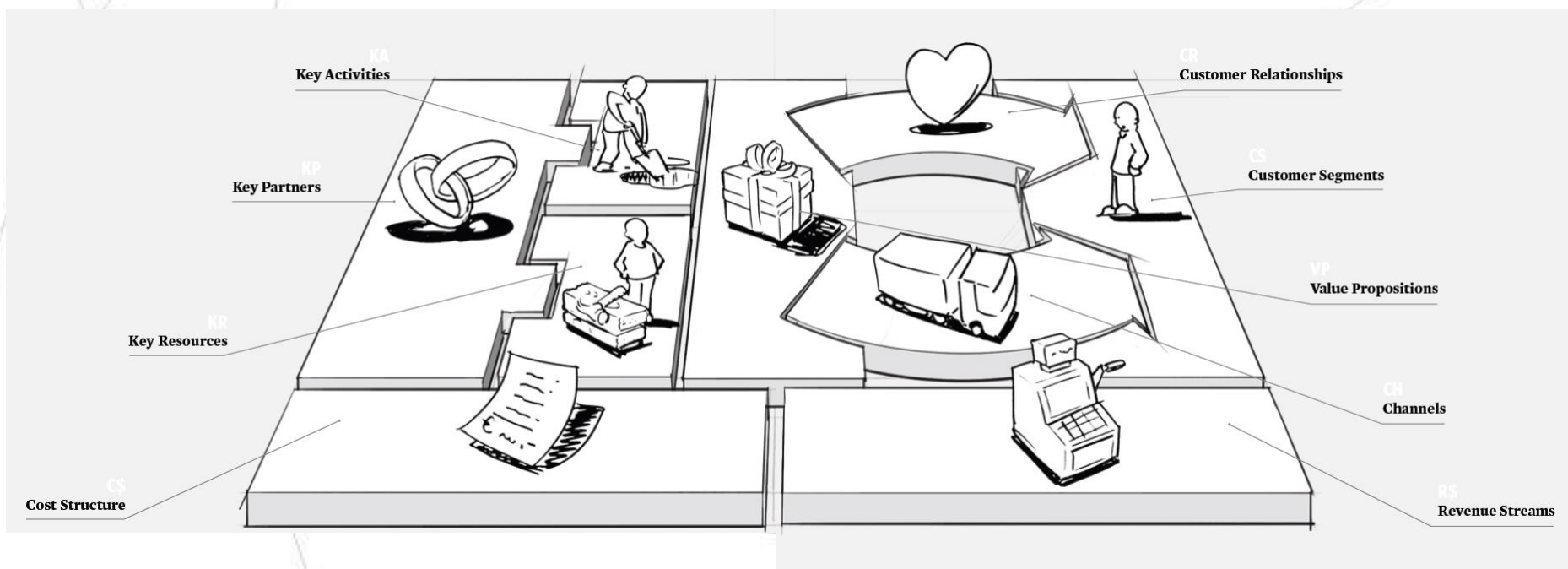




Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

Diseño de modelos de negocio

- Uso de metodología para diseño de modelos de negocio
Business Model Canvass, de Alexander Osterwalder





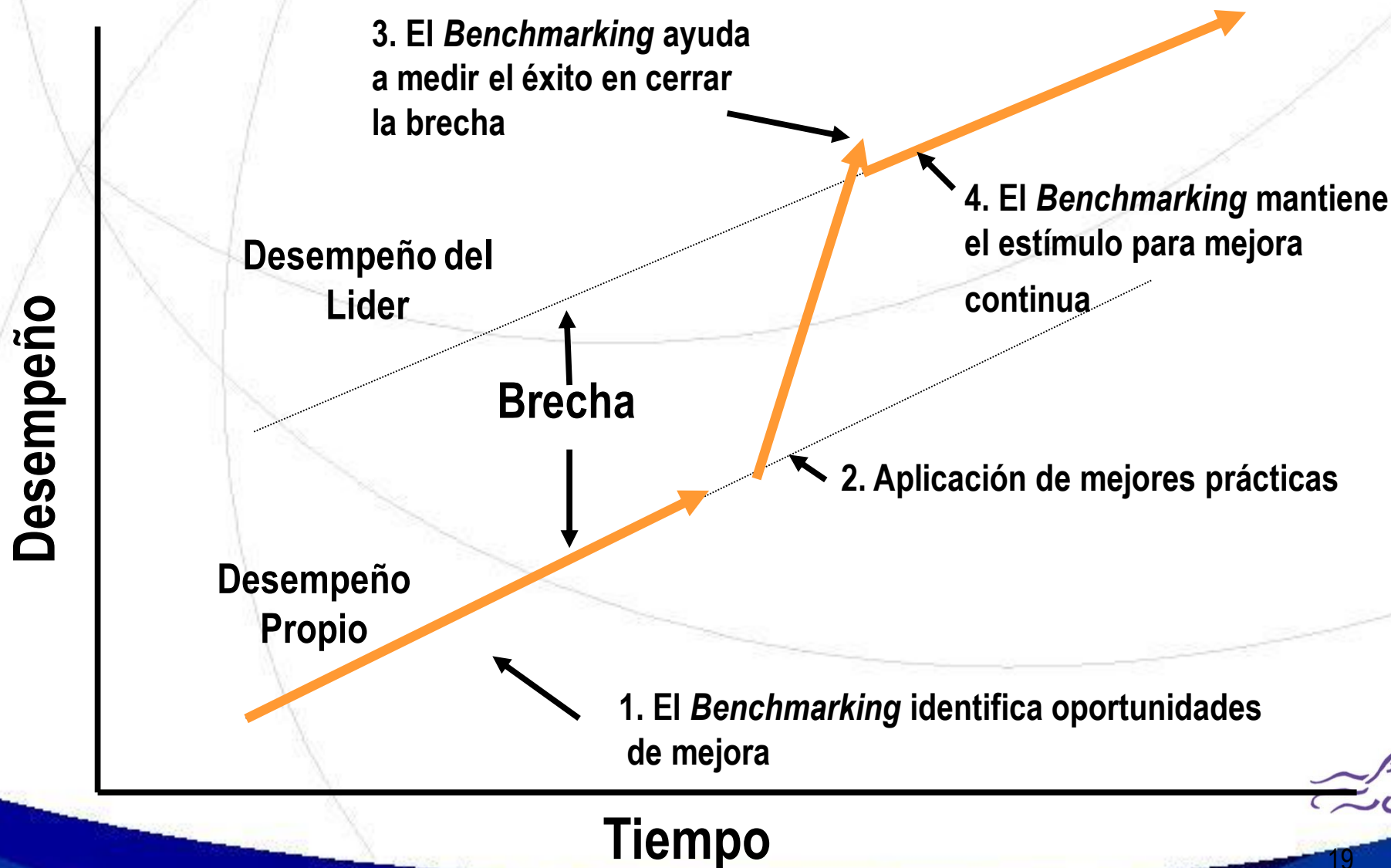
(2) ¿ Dónde y contra quién competimos ?

- Cuál es el medio ambiente alrededor del negocio.
- Canales comerciales. Barreras y facilitadores involucrados.
- Variables controlables y no controlables.
- Identificación de competidores y productos sustitutos.
- Información disponible del mercado y del usuario. *Clusters (ubicación competitiva)*
 - Data Mining
 - Benchmark
 - Sistemas de información formales e informales
 - Investigación de mercados





Modelo de Benchmarking





(3) ¿Cuál es el cliente potencial ?

- Clientes actuales.
 - Clientes deseados.
 - Intensidad y frecuencia de uso.
 - Universo de posibles clientes.
 - Tipo de segmentación.
 - Costo de captación.
- 
- Sesiones de Brainstorming
 - Investigación de mercados. *Atributos relevantes.*
 - Análisis situacional



Análisis Situacional Integral®

OPORTUNIDADES

AMENAZAS

FORTALEZAS

DEBILIDADES

F/O

ÉXITO

F/A

DEFENSA

D/O

DESPERDICIO

D/A

FRACASO



(4) ¿ Cómo ser relevantes?

- Estrategias de diferenciación.
- Alternativas de posicionamiento (BPS).
- Análisis e identificación de segmentos y/o nichos de mercado.



- Investigación de Mercados
- Análisis situacional





(5) ¿Qué Hacer? (6) ¿Cómo hacerlo?

- Plan de Mercadotecnia o Plan Comercial.
- Establecimiento de objetivos y estrategias.
- Fijación de Estrategias.
- Acciones.
- Alternativas ejecucionales al menor costo posible.
- Tablas de tiempos.
- Costos.
- Alianzas.
- Análisis de Retorno de Inversión.





(7) ¿ Cómo Retener al Cliente ?

- Estrategias y herramientas de CRM (Customer Relationship Management).
- Uso positivo de la información comercial.
- Acciones de Mercadeo Directo.

(8) ¿ Cómo Exceder Expectativas ?

- Diagnóstico y evaluación del servicio a cliente.
- Estrategias de Post-Venta.
- Técnicas para exceder expectativas.





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

SERVICIOS DE ESTRATEGIA DIGITAL





Nuestros servicios digitales

Estrategia Digital

Madurez y benchmarking digital

Insights del consumidor

Entendimiento del modelo de negocio

Establecimiento de KPI's digitales

Marketing Plan Digital bajo el método
RACE

Estrategias de contenidos

Calendario editorial

Optimización Digital

Aprovechamiento de seguidores

Identificación y mejora de KPI's

Aceleración de crecimiento

Roadmap de optimización digital

Investigación de mercados Online

Cuantitativa

Cualitativa

Focus Group via Webcasts

Encuestas de satisfacción dirigidas

Entregables

Investigación cualitativa o cuantitativa en línea

Estrategia Digital

KPI's y Objetivos

Calendario editorial

Análisis de Retorno de Inversión





Estrategia Digital Método RACE®

Reach (Alcance)

Generación de tráfico

Análisis de audiencia y del consumidor

Segmentación y targeting

Act (actuar)

Conversión para obtener las metas

Establecimiento de metas

Posicionamiento y propuesta de valor

Convert (Convertir)

Obtener ventas y mayor ticket promedio

Web Analytics

Estrategias de contenidos

Engage (comprometer)

Referenciar, retener y obtener lealtad

Ejecución con herramientas digitales

Estrategia multicanal integrada.





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

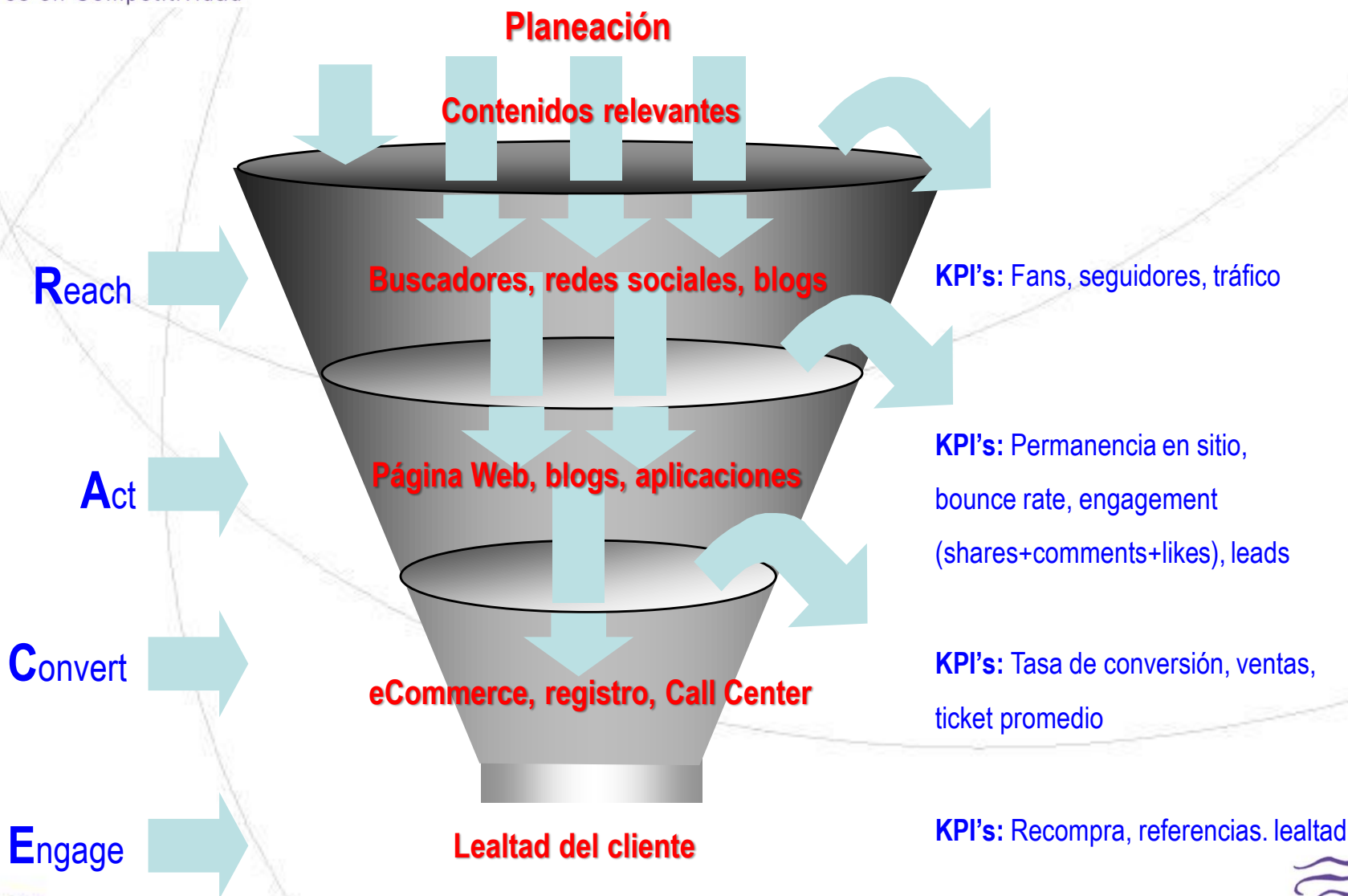
El sitio WEB como punto neurálgico





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

El Funnel para generar conversión



Nuestro Healthcheck Digital

	Guideline	Importancia relativa		Score	Evaluación	Multiplicador	Actual Score	Actual Score / Poss Score
1	Página WEB		105	96				
1.1	Simplicidad del URL	1 2	2	2	No cumple (0%)	0%	0	0.00%
1.2	Terminaciones .com.mx, .com,.mx	1 2	2	2	Cumple Parcialmente (50%)	50%	1	50.00%
1.3	Layout del sitio	1 2 3 4 5	5	5	Cumple (75%)	75%	4	75.00%
1.4	Visibilidad de íconos para redes sociales	1 2 3 4	4	4	Cumple Parcialmente (50%)	50%	2	50.00%
1.5	Herramientas externas (RSS Feeder, blogs, Rates & Reviews)	1 2 3 4	4	4	Apenas cumple (25%)	25%	1	25.00%
1.6	Certificados o sellos (Seguridad, Amipci, etc)	1 2 3 4	4	4	No cumple (0%)	0%	0	0.00%
1.7	Velocidad de navegación	1 2 3 4	4	0	Falta información	0%	0	0.00%
1.8	Número de clicks para convertir (ventas, obtención de teléfonos, etc)	1 2 3 4 5	5	0	Por Desarrollar	0%	0	0.00%
1.9	Ver como se despliega la página en tablets y dispositivos móviles	1 2 3 4	4	4	Cumple totalmente (100%)	100%	4	100.00%
1.10	Servicios de valor agregado (calculadoras, pdf, simuladores, catálogos, etc)	1 2 3	3	3	Cumple totalmente (100%)	100%	3	100.00%
1.11	Sitio Tagueado para Google Analytics u otra herramienta	1 2 3	3	3	Cumple (75%)	75%	2	75.00%
1.12	Programación en Flash, html o PHP	1 2 3 4	4	4	No cumple (0%)	0%	0	0.00%
1.13	Usa Personas	1 2	2	2	Apenas cumple (25%)	25%	1	25.00%
1.14	No despliega ventanas o gráficos no solicitados	1 2	2	2	Cumple totalmente (100%)	100%	2	100.00%
1.15	Permite imprimir páginas con buen formato	1 2	2	2	Cumple totalmente (100%)	100%	2	100.00%
1.16	Fácil acceso al Home Page	1 2	2	2	Cumple (75%)	75%	2	75.00%
1.17	Se comunica el valor y el propósito del sitio en la Home Page	1 2 3 4	4	4	No cumple (0%)	0%	0	0.00%
1.18	Etiquetas para ligas están bien identificadas	1 2	2	2	Apenas cumple (25%)	25%	1	25.00%
1.19	Existen ligas para contenido relacionado	1 2	2	2	Cumple totalmente (100%)	100%	2	100.00%
1.20	Match entre títulos y páginas relacionadas	1 2 3	3	3	Cumple totalmente (100%)	100%	3	100.00%
1.21	Repetición de ligas importantes	1 2 3	3	3	Cumple (75%)	75%	2	75.00%
1.22	Longitud de etiquetas para ligas adecuada	1 2 3	3	3	No cumple (0%)	0%	0	0.00%
1.23	El buscador asegura las respuestas adecuadas	1 2 3 4 5	5	5	Apenas cumple (25%)	25%	1	25.00%
1.24	Buscador diseñado para la búsqueda en todo el sitio	1 2 3 4	4	4	Cumple totalmente (100%)	100%	4	100.00%
1.25	Equivalencias entre mayúsculas y minúsculas	1 2 3 4	4	4	Cumple totalmente (100%)	100%	4	100.00%
1.26	Proporciona opciones de búsqueda en cada página	1 2 3	3	3	Cumple (75%)	75%	2	75.00%
1.27	Permite búsquedas simples	1 2 3	3	3	No cumple (0%)	0%	0	0.00%
1.28	Buscador intuitivo	1 2 3 4	4	4	Apenas cumple (25%)	25%	1	25.00%





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

Aspectos a considerar

**Recursos internos
o externos**

**Relevancia de
los contenidos**



**Elección de las
herramientas idóneas**

**Soporte en
la ejecución**





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

Análisis de madurez

	Inexistente	Básico	Integrado	Optimizado	Innovador
SEO SEM (Optim buscadores)		MARCA	Etapa 1	Etapa 2	
Publicidad en Internet		MARCA	Etapa 1	Etapa 2	
Mercadotecnia de contenidos		MARCA	Etapa 1		Etapa 2
Email Marketing		MARCA	Etapa 1	Etapa 2	
Affiliate Marketing		MARCA	Etapa 1		
Social Media Marketing		MARCA	Etapa 1	Etapa 2	
Manejo de campañas multicanal		MARCA	Etapa 1	Etapa 2	
Comercio Electrónico		MARCA	Etapa 1	Etapa 2	
CRM (Customer Relationship Management)		MARCA	Etapa 1	Etapa 2	



Análisis de redes sociales

NIVEL DE CAPACIDAD	Gestionar	Vender	Conversar	Servir	Trascender
Experimentación	- Metas: Sin metas específicas - Medición: Limitada - Recursos: Básicos - Resultados: Algunos seguidores	Utiliza ofertas existentes	- No hay calendario editorial. - Detonación de mensajes sin estrategia. - No hay publicidad en red.	Soporte a clientes limitado	Monitoreo de reputación básico.
Gestión básica	- Metas: Solo volumen - Medición: Los que genere la herramienta. - Recursos: Asignados - Resultados: Reconocimiento	Incentivos para generar "Engagement"	- Base de contenidos básica - Calendario editorial simple - Inicio de diálogos - Pruebas de publicidad	Resolución básica y específica de algunos asuntos o problemas.	- Herramientas simples para medir reputación. - Comunicar el valor social de las marcas.
Gestión Integrada	- Metas: De Optimización - Medición: Tableros de control - Recursos: Roles definidos - Resultados: Patrocinio	Ofertas integradas multicanal, como Facebook Commerce.	- Estrategia de contenidos - Identificación de influenciadores - Integración de comunidades - Recomendaciones sociales - Publicidad continua	- Recursos específicos de servicio al cliente. - Generación de encuestas de servicio.	- Instalación de un sistema de Gobierno social . - Desarrollo de nuevas formas de comunicar valor de marca
Gestión Optimizada	- Metas: De Optimización - Medición: Command Center - Recursos: Roles de optimización - Resultados: Mejora continua	- Social Merchandising - Programas de lealtad en redes sociales.	- Optimización de redes sociales - Optimización de ofertas y de contenidos - Optimización de publicidad	- Búsqueda proactiva de servicio. - Investigación continua sobre necesidades.	- Análisis detallado de reputación en redes sociales. - Crear nueva experiencia de marca.
Gestión Optimizada e integrada	- Metas: Impactar objetivos del negocio - Medición: KPI's del negocio - Recursos: Dinámicos - Resultados: Capacidad central independiente	- Integración de nuevas plataformas. - A/B Testing (ambiente de pruebas)	- Sindicación de redes, contenidos y estrategia comercial. - Comunicación Online / Offline totalmente integrada	Obtención de ideas y conceptos por vía del "Crowdsourcing"	- Respuesta ágil a nuevos canales, clientes. - Eficiente manejo de Social Crisis Management.



Estrategia de Contenidos

	Contenidos propios / nativos			Contenidos propios / terceros	
	PRODUCTO (5%)	EXPERIENCIAS DE PRODUCTO (30%)	TEMAS ADYACENTES (40%)	TRENDING TOPICS (15%)	INTERACCION CONSUMIDOR (10%)
Listado de temas	Gama de servicios Horarios Máquinas, origen y sofistic Conoce nuestros paquetes Visita nuestra página WEB	Yoga, concepto y tipos de Yoga Meditación Entrenamiento funcional Acupuntura Hidroterapia de Colon Micropigmentación Nutrición Anécdotas Bio feedback Apoyo al medio ambiente Impulso a la economía local	SPAs Hierbas Mexicanas Beneficios de los alimentos Servicios 360 Lo Artificial Lo tóxico Stress Qué es Holístico	Temas sobre la mujer Efemérides Energía Eventos astronómicos Eventos esotéricos	Contacto Manejo de crisis Preguntas y respuestas
Características	KEYWORDS / HASHTAGS		GRUPOS OBJETIVO	COMPETIDORES	INFLUENCIADORES
	#360 #Holistic #Fitness #Primalmoves #Yoga #SPA #Meditación #Wholistic		Mujeres en 70% / Hombres 30% Vanidosos Constantes Perseverantes Disciplinados Buscan Valor Abiertos de mente Buscan cambio en su estilo de vida Universitarias	Centro Kiai	Médicos célebres
Restricciones	FUENTES DE INFORMACION		¿DE QUÉ NO SE PUEDE HABLAR?	¿CÓMO ENTRETENER?	¿A QUIÉN SEGUIR?
	Alba Latinoamérica (en Facebook)		Precios	Contenidos frescos Imágenes coloridas Humor fino	Celebridades que se cuidan Líderes esotéricos ONG's Fundaciones Organizaciones holísticas Organizaciones naturistas





Definición de Arquetipos

Alicia Espiritual (1)

FOTOGRAFIA



DESCRIPCION

Alicia es una mujer joven, casada y con dos hijos cursando la primaria. Se dedica al hogar y a atender a sus hijos por las tardes.

Alicia tiene una vida muy activa y le da mucha importancia a su salud y a su aspecto físico, por lo que procura dedicar tiempo de calidad a su persona, a través de hacer ejercicio y tomar sus clases de yoga, que le proporcionan equilibrio, buen humor, un buen aspecto físico y gran alegría por la vida.

Alicia busca un lugar donde pueda tomar clases de Yoga con los mejores instructores, le interesa aprovechar su tiempo al máximo, y pondera más sus clases que la socialización.

Alicia tiene muchas amigas y es muy atenta con sus compromisos personales. Procura no olvidar ningún cumpleaños ni fecha especial, por lo que procura estar al contacto con sus familiares y amigos a través de las redes sociales.

Alicia gusta de leer libros y textos sobre temas de actualidad, naturismo, vida saludable y nuevas tecnologías, mismo hábito que busca conservar a través de los medios digitales.

Alicia tiene una computadora pero prefiere cargar con su ipad mini a todas partes

RASGOS DEMOGRAFICOS

Nivel socioeconómico alto
Vive en Bosques de las Lomas
Viaja al extranjero por lo menos 3 veces al año
Tiene una camioneta de modelo reciente
Su familia (padres y suegros) son de estrato alto
Tiene entre 28 y 40 años

MOTIVACIONES

Salud
Felicidad
Balance
Status
"El deber ser"
Alimentos y vida saludable

RESTRICCIONES

Es elitista
No le importa pagar más por algo que vale la pena

TONO DE COMUNICACION

Hablarle de "tú"
Elegante pero coloquial



Indicadores digitales

Métrica	Reach Captar Audiencia	Act Activar al público	Convert Convertir a ventas	Engage Comprometer
Monitoreo	☐ Visitantes únicos ☐ Nuevos visitantes ☐ Número de visitas ☐ Engagement = Conversaciones	☐ Oportunidad de venta en línea ☐ Oportunidad de ventas en tienda	☐ Ventas online ☐ Ventas en tienda generadas por medios digitales	☐ Calidad de listados de eMail ☐ Tasa de Conversión por eMailing ☐ Número de transacciones
Desempeño Comercial	☐ Participación en búsquedas ☐ Número de clicks	☐ Porcentaje de rebote en página WEB ☐ Tasa de conversión hacia seguidores.	☐ Tasa de conversión hacia ventas	☐ Porcentaje de consumidores activos ☐ Seguidores activos en redes sociales.
Indicadores de cliente	☐ Costo por click ☐ Recordación de Marca	☐ Costo por Lead o prospecto ☐ Satisfacción del cliente	☐ Ticket promedio online ☐ Costo por venta en línea	☐ Valor a largo plazo ☐ Índice de lealtad ☐ Canasto de productos por cliente.
Indicadores de negocio	☐ Porcentaje de clientes por Medios Ganados	☐ Meta de valor por visita. ☐ Contribución marginal por visita	☐ Ventas por visita ☐ Rentabilidad online	☐ Frecuencia de ventas. ☐ Ingresos por canal



Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

CONSULTORIA EN COMERCIO ELECTRONICO





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

Base de experiencia – eCommerce





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

Ecuación de negocio / Comercio Electrónico



1

Generar tráfico a partir del conocimiento del consumidor.

2

Mejorar conversión a través de una experiencia del cliente (CxM)

3

Crece ticket promedio a través de inspirar a los clientes.



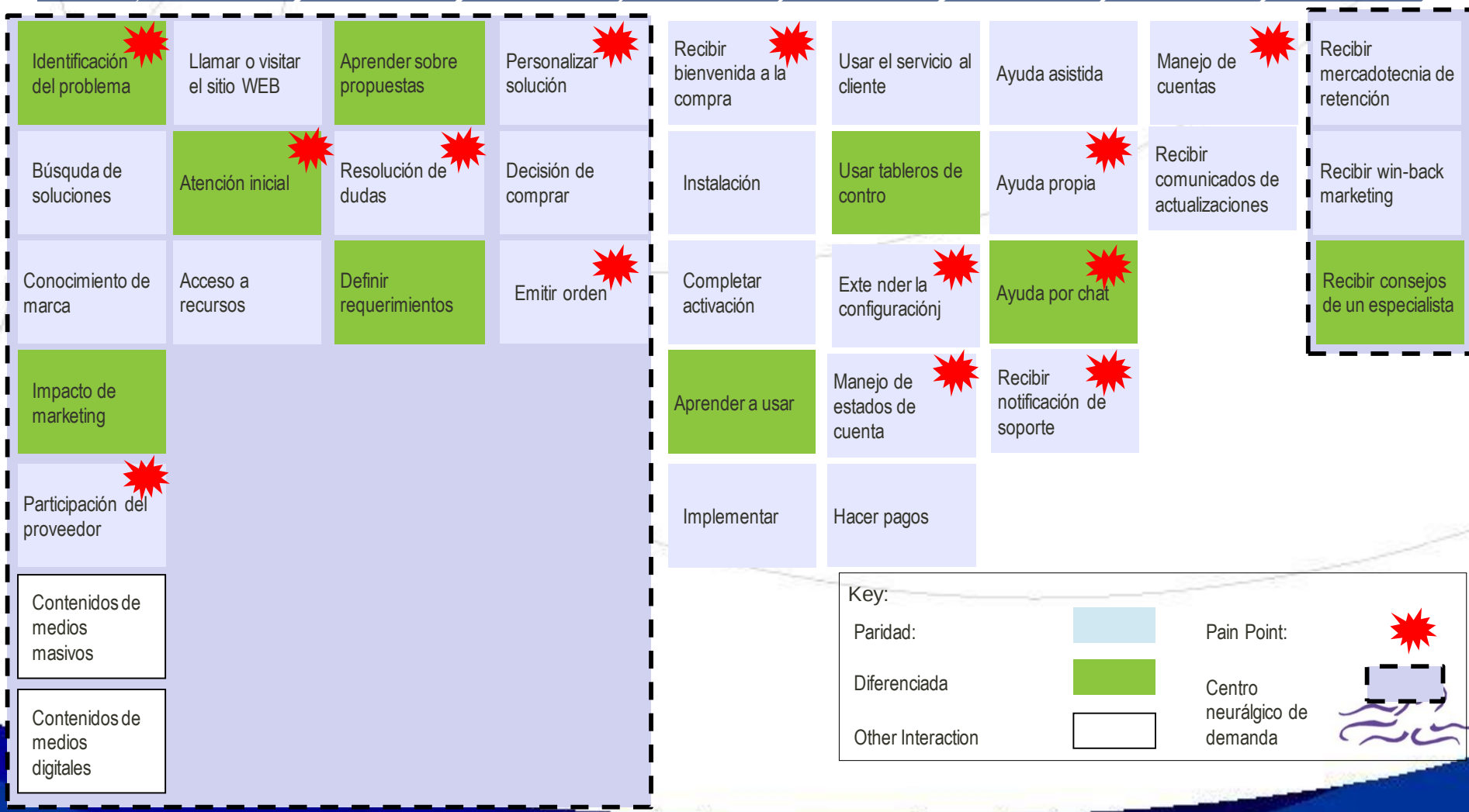
Diseño del modelo multicanal del cliente



Actividades
Entregables

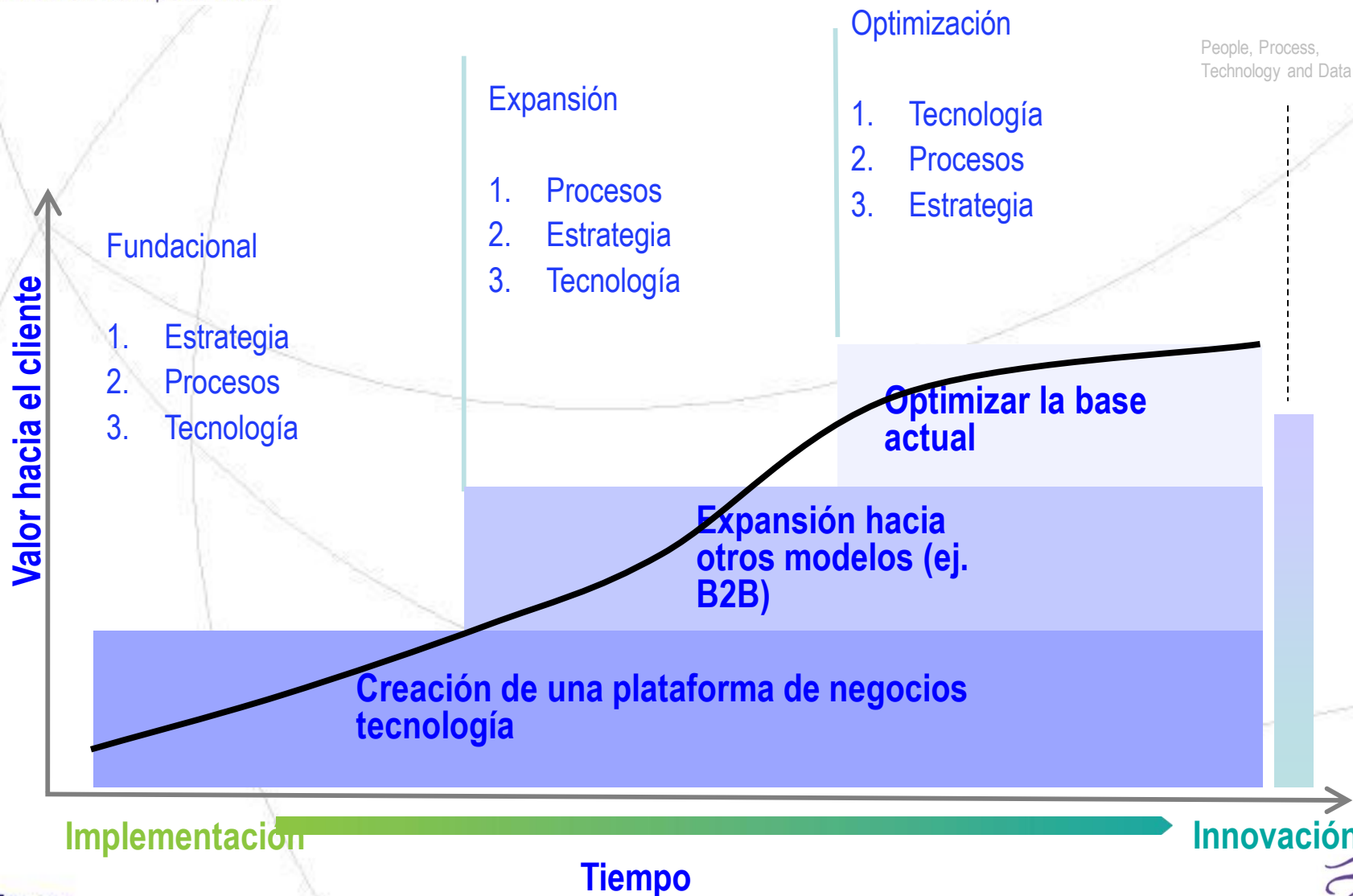


Ciclo de Experiencia del Consumidor (CxM)





Roadmap



Despliegue de recomendaciones

Estrategia y transformación

Estrategia

- Desarrollo de modelos comerciales competitivos y diferenciados.
- Aprovechar aspectos únicos del negocio para destacar-
- Recomendaciones sobre todos los aspectos que intervienen en el Comercio Electrónico.
- Recomendación sobre reportes y análisis de ROI requeridos

Procesos

- Recomendar procesos que faciliten la gestión.
- Recomendar el personal, posiciones y roles requeridos.
- Diseño de procesos del back office para asegurar una correcta implementación.
- Estrategias de mercadotecnia para asegurar la captación y conversión adecuada (CRO).

Tecnología

- Recomendación sobre plataformas tecnológicas existentes.
- Herramientas de Business Analytics.
- Soluciones de gestión y análisis de redes sociales.
- Estructura funcional y arquitectura tecnológica para el proceso de Comercio Electrónico

Innovación

Transformación
Digital

Valor hacia el
cliente

Inversiones
sustentables

Ventaja
competitiva





Alianzas en la ejecución

1. Actividades digitales: SEO, redes sociales (Community Management), eCommerce, eMailing.
2. Ventas y Negociación.
3. Actividades ATL (Medios, publicidad masiva, Medios digitales).
4. Actividades BTL (Promociones, PR, Mkt directo).
5. Inteligencia e investigación de mercados.
6. Soluciones tecnológicas en CRM.
7. Trade Marketing.
8. Desarrollo de productos.





Octopus Marketing
Asesores en Competitividad

GRACIAS

Abraham Geifman

ageifman@proex.com.mx

www.visualcv.com/ageifman

04455 29554328



@ageifman



facebook.com/ageifmanu



[Slideshare.net/abrahamgeifman](https://slideshare.net/abrahamgeifman)



[Abraham Geifman](https://plus.google.com/Abraham%20Geifman)



[Pinterest.com/ageifman](https://pinterest.com/ageifman)



[Abraham Geifman](#)

