



# Lean Marketing & Marketing de guerrilla

Diciembre 2016

# Docente



## Javi Olmo



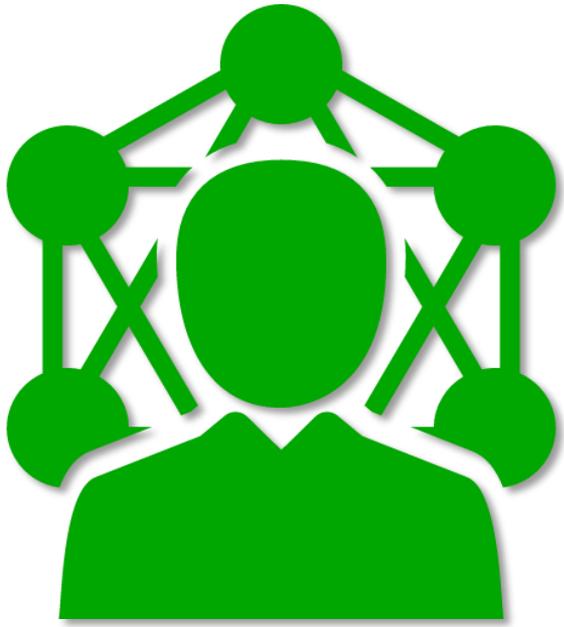
**Consultor de Comunicación Online, Marketing Online, Proyectos y Negocios Digitales. Director de Entiak.**

Especialista en **estrategia, medición y evaluación** de proyectos de **Marketing Online, Social Media y Reputación Online** con más de **12 años de experiencia** trabajando en proyectos relacionados con **Internet**.

Profesional en **comunicación y proyectos digitales** a nivel **estratégico**, con un **perfil multidisciplinar** que conjuga la **comunicación, creatividad y marketing** con un amplio **bagaje técnico de Tic e Internet**.

Entre los proyectos liderados, se encuentran las **estrategias de algunas de las empresas cotizadas en el Ibex 35**, dentro de múltiples proyectos realizados durante su trabajo en la multinacional de publicidad y medios **Havas Digital**, para sectores tan diversos como banca, automoción, electrónica de consumo, seguros, gran distribución,...

Docente y **formador en masters oficiales universitarios**, de varias **universidades** como **UCH – CEU, UPV, UV, UA, IMF o la UOC**. Además de organizador y colaborador habitual de eventos formativos digitales sobre emprendimiento y mentor en incubadoras / aceleradoras de startups.



1- ¿Qué es  
marketing?

# Marketing

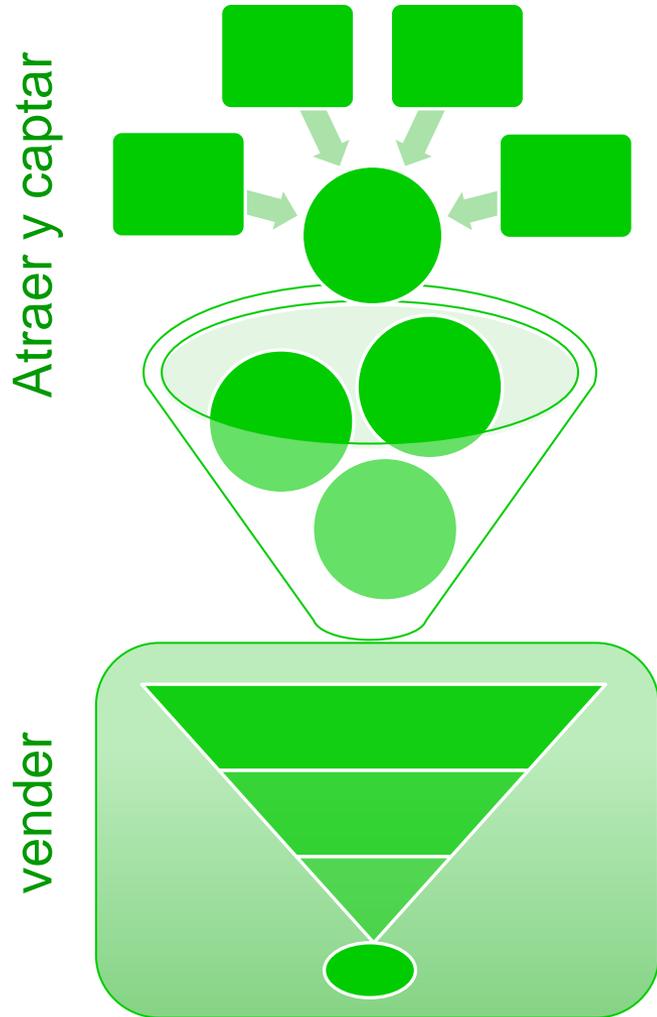


Proceso directivo que identifica y satisface necesidades mediante ofertas de valor eficaces.

*“Marketing no es el arte de vender lo que se ofrece, sino de conocer qué es lo que se debe fabricar y vender.”*

# ¿Qué es el marketing?

## Modelo publicitario



## Modelo de las 4P del marketing





Marketing de ocurrencias

# Objetivo





# 2- Startup y empresa



*En las grandes empresas un departamento lo forman muchas personas.*

*En las empresas pequeñas una persona es muchos departamentos.*

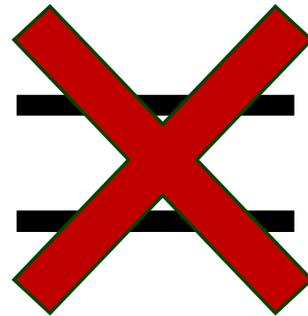
# Startup

Organización creada para **buscar un modelo de negocio** viable, repetible y escalable.



# Modelo de negocio vs plan de negocio

Modelo de Negocio

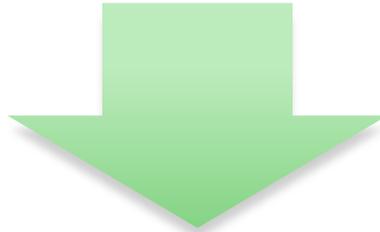


Plan de Negocio

# Vida de una startup

9 de cada 10 startups desaparecen

**66%** cambian de plan y pivotan



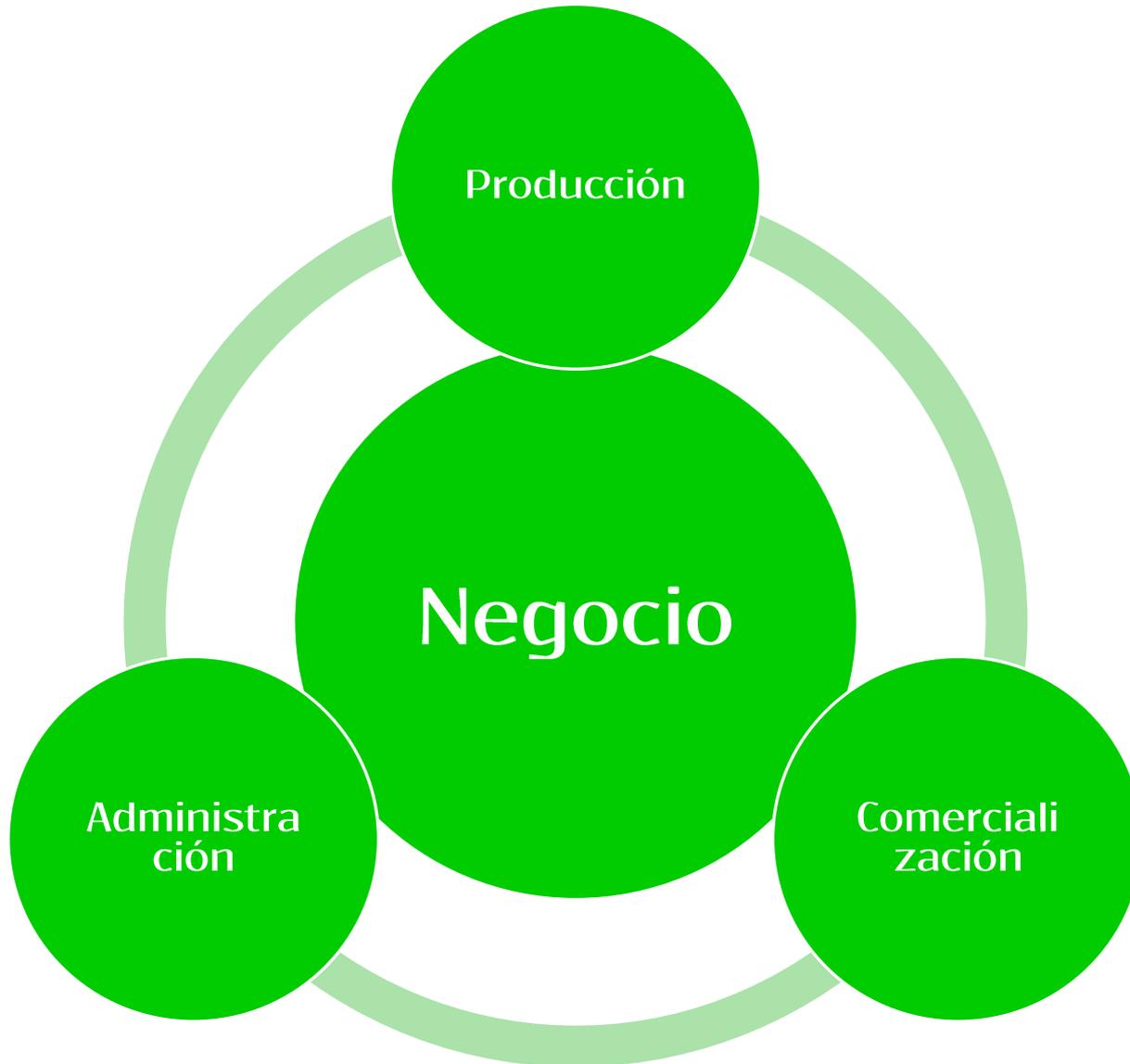
No tienen **clientes**

Crean **productos que nadie quiere**

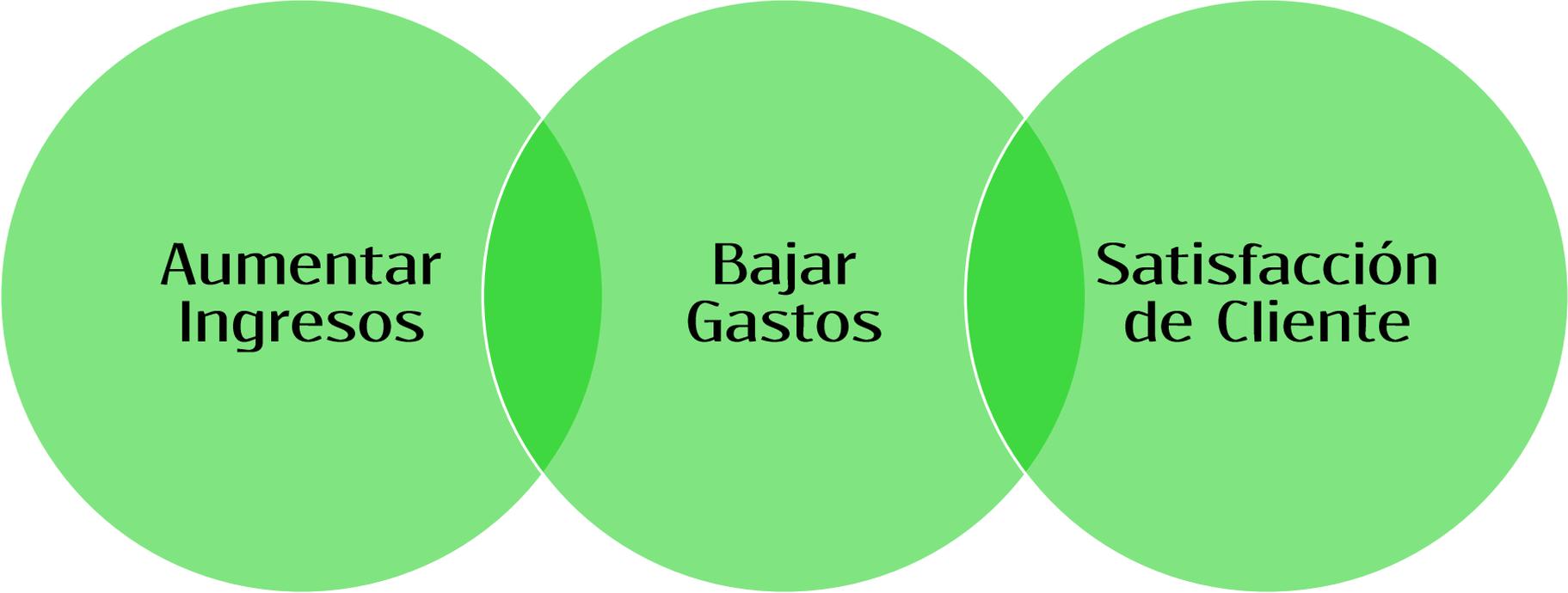
Una startup está *buscando* su modelo de negocio

Una empresa *ejecuta* su modelo de negocio

# ¿Qué es una empresa?



# Principales objetivos de una empresa



**Aumentar  
Ingresos**

**Bajar  
Gastos**

**Satisfacción  
de Cliente**



## 2- Lean startup.

Plan A



MVP

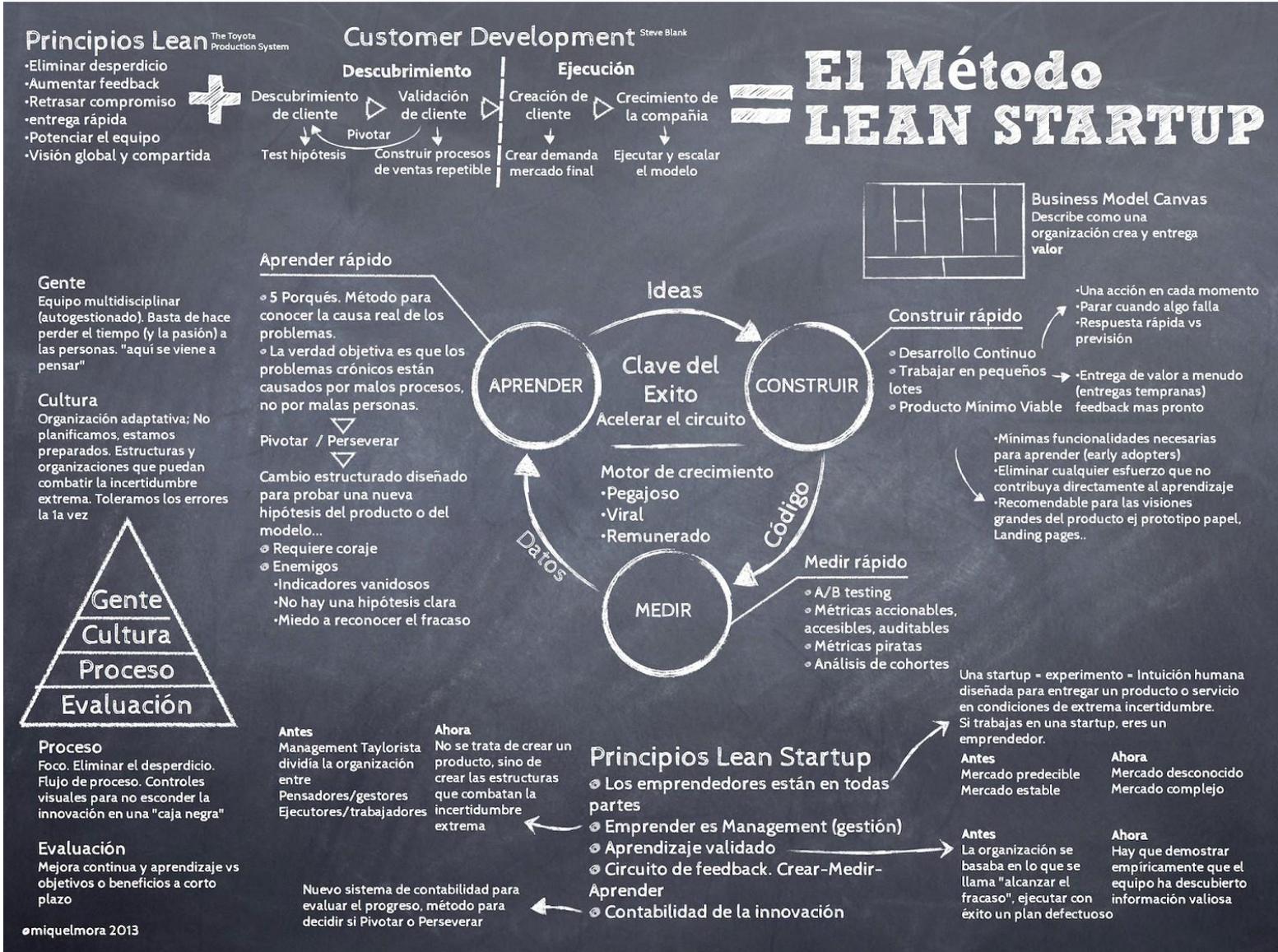
+

*Velocidad  
Aprendizaje Validado  
Foco*



Plan que funciona

# Lean Startup



**Antes**

Management Taylorista dividía la organización entre Pensadores/gestores Ejecutores/trabajadores

**Ahora**

No se trata de crear un producto, sino de crear las estructuras que combatan la incertidumbre extrema

**Antes**

La organización se basaba en lo que se llama "alcanzar el fracaso", ejecutar con información valiosa

**Ahora**

Hay que demostrar empíricamente que el equipo ha descubierto información valiosa

**Antes**

Management Taylorista dividía la organización entre Pensadores/gestores Ejecutores/trabajadores

**Ahora**

No se trata de crear un producto, sino de crear las estructuras que combatan la incertidumbre extrema

**Antes**

La organización se basaba en lo que se llama "alcanzar el fracaso", ejecutar con información valiosa

**Ahora**

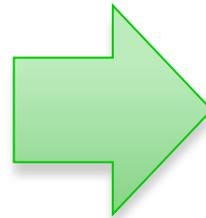
Hay que demostrar empíricamente que el equipo ha descubierto información valiosa

• miquelmora 2013

# Principios y desarrollo basado en cliente

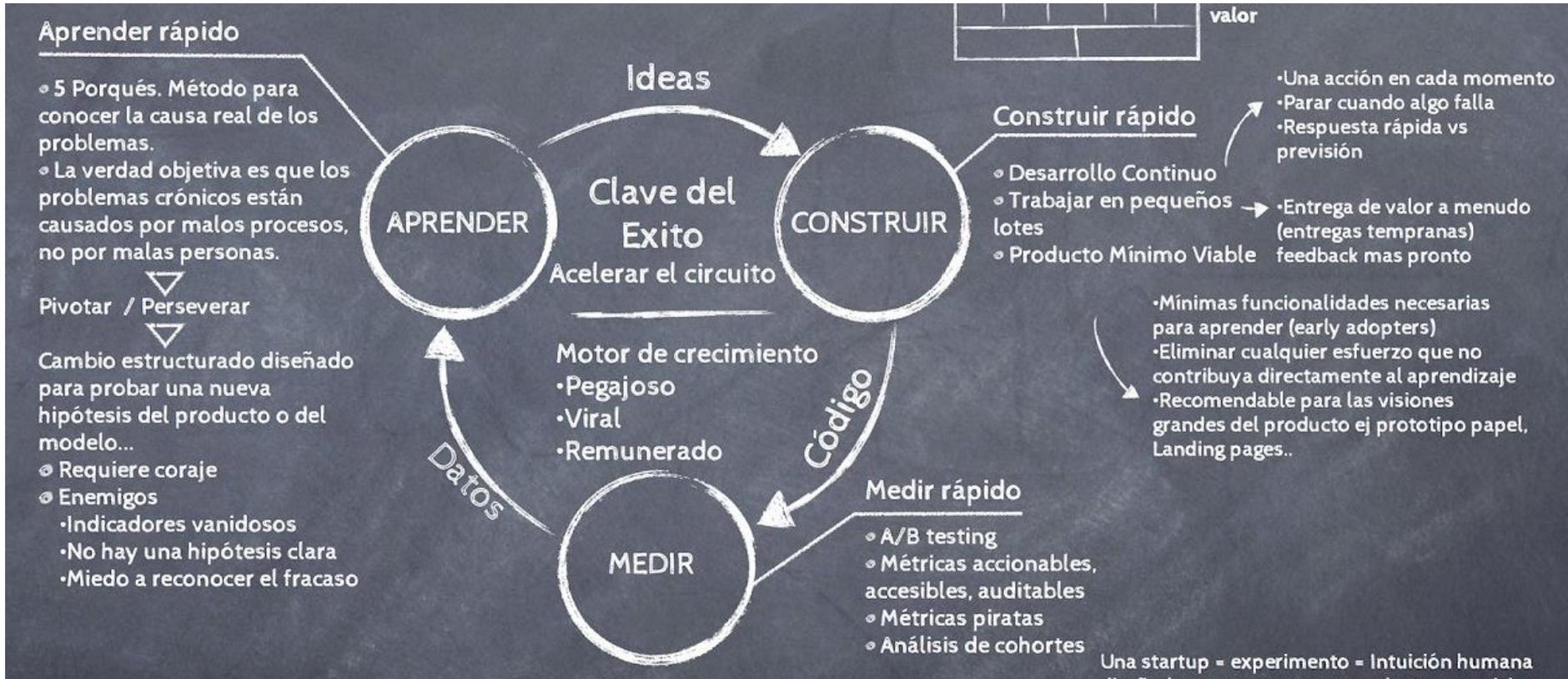


Plantear  
hipótesis



Validarlas  
con el  
mercado  
y clientes

# Ciclo de lean





# 3- Lean Marketing.



*Locura es hacer lo mismo una y otra vez esperando obtener resultados diferentes*

*Albert Einstein*

# Disciplinas del Marketing Online



Web

SEARCH (SEO y SEM)

Social Media

Email Marketing

Afiliación

Publicidad display

Contenidos

RRPP

Promociones

Otras acciones

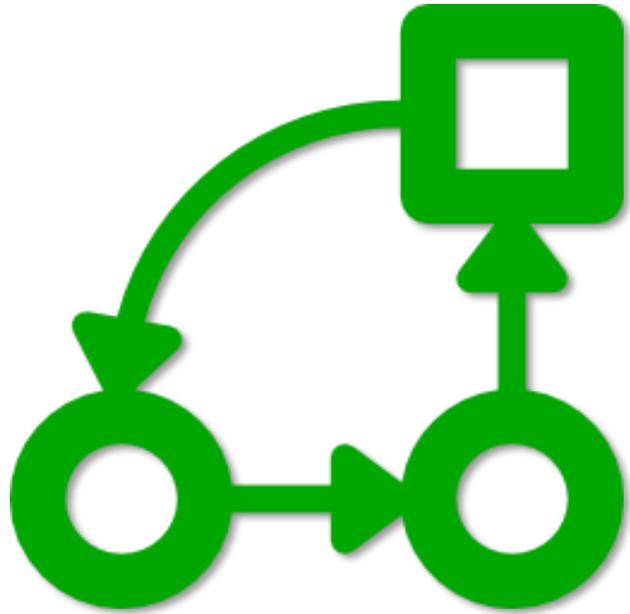
\* Distinto nivel de orientación a venta.

# MVP



# Validación





# 4- Plan de marketing.

“ Los planes, solo son intenciones a menos que se conviertan en trabajo duro.

*Peter Drucker*

# 1- ¿Quién soy? - Branding

## Marca

### VALORES

#### Racionales

- Valor 1
- Valor 2
- Valor 3

#### Emocionales

- Valor 1
- Valor 2
- Valor3

## Identidad visual (o gráfica).

- Nombre
- Claim
- Identidad Visual
  - Logo
  - Paleta de colores
- Comunicación de la marca.
  - Como se lo contamos al mundo.
  - Mensajes a transmitir.

# 2-¿Qué hago? – Productos o servicios.

## Producto vs Servicio



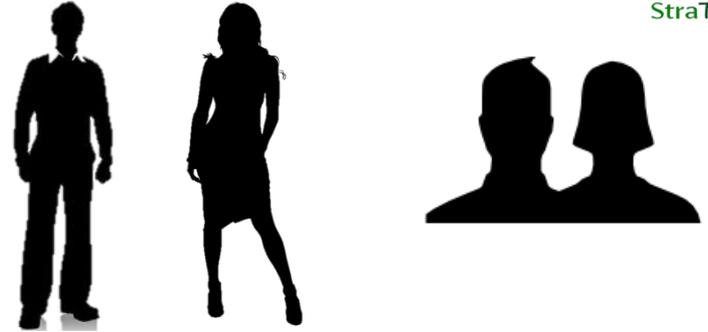
## Ciclo de vida del cliente

### Tipo de producto/servicio



### 3- ¿Para quién? - Target

**1- B2B o B2C**



**2- Segmentación**



- Geográficas
- Demográficas
- Psicográficas
- Comportamiento

**3- Generalista vs Nicho**

# 4- Mercado

## Competencia



## Mercado

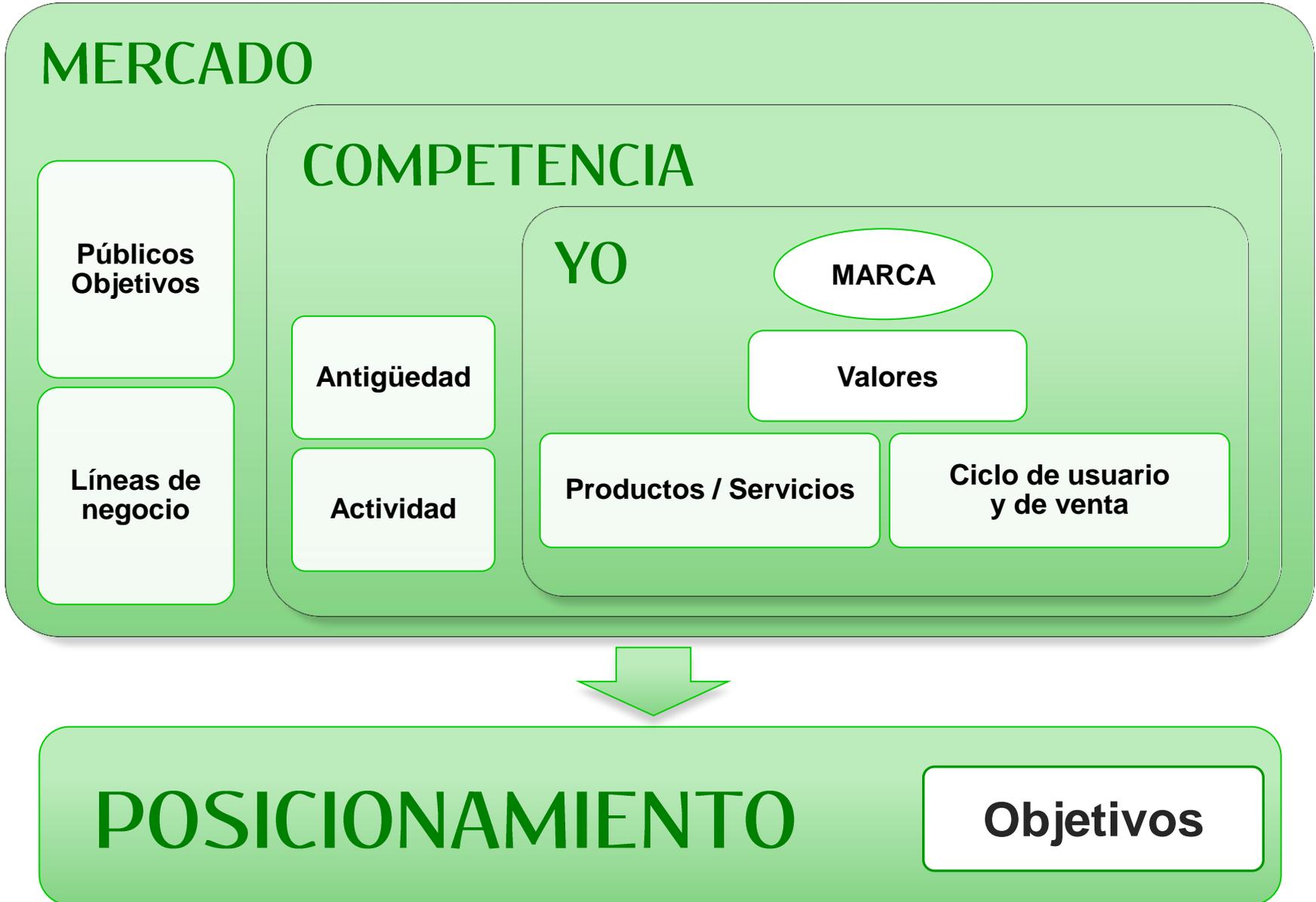


## Propuesta de valor



*En que destacas o eres diferente del resto.*

# 5- Posicionamiento

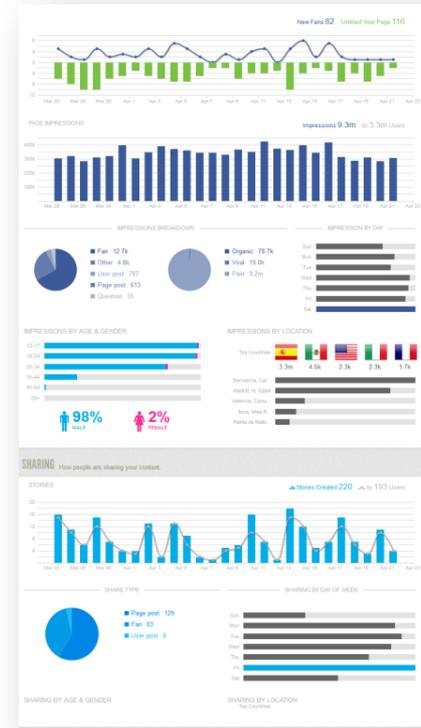
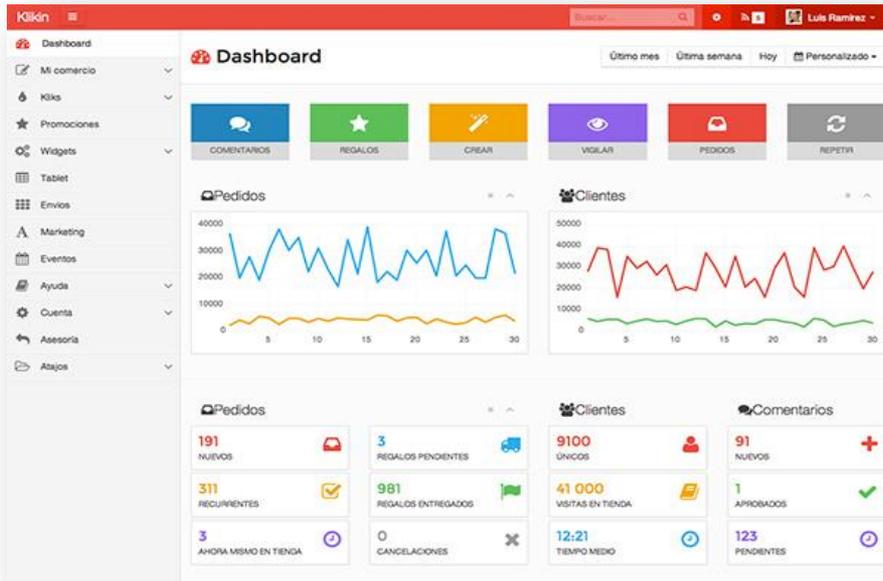
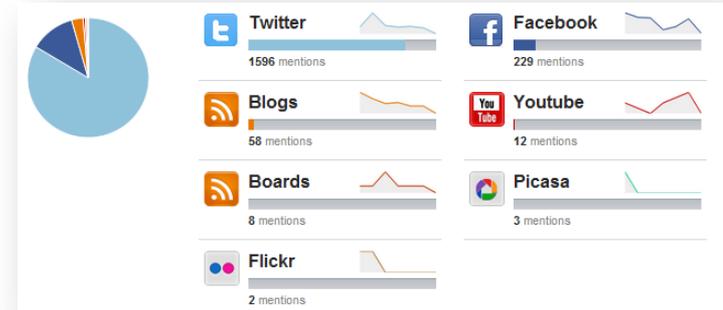


# 6- Estrategia



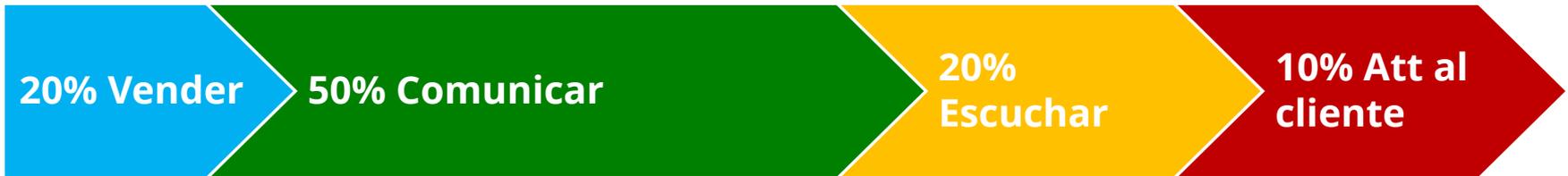


# 8- Medición y Evaluación



# 9- Revisión y ajustes

## Situación deseable



## Empresa de productos



## Empresa de servicios





# 5 - ROI

(Económico)

# Retorno de la inversión

## Formula para calcular el ROI

$$\frac{\text{Ingresos Atribuidos} - \text{Inversión Inicial}}{\text{Inversión Inicial}} = \text{ROI}$$


$$X / 0 = 0$$

\*Matemáticamente es una paradoja y se dice que tiende a infinito pero contablemente es 0.  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Divisi%C3%B3n\\_por\\_cero](http://es.wikipedia.org/wiki/Divisi%C3%B3n_por_cero)



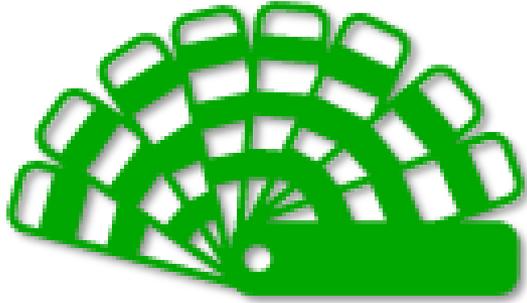
# 6- Marketing de guerrilla.

# Marketing de guerrilla

“

Son técnicas de marketing, ejecutadas por **medios poco convencionales**, y que consiguen su objetivo del alto impacto mediante **el ingenio y la creatividad**, en vez de mediante una alta inversión en espacios publicitarios.

*“Prima la oportunidad, el impacto, la creatividad y no el presupuesto”.*



# Ejemplos



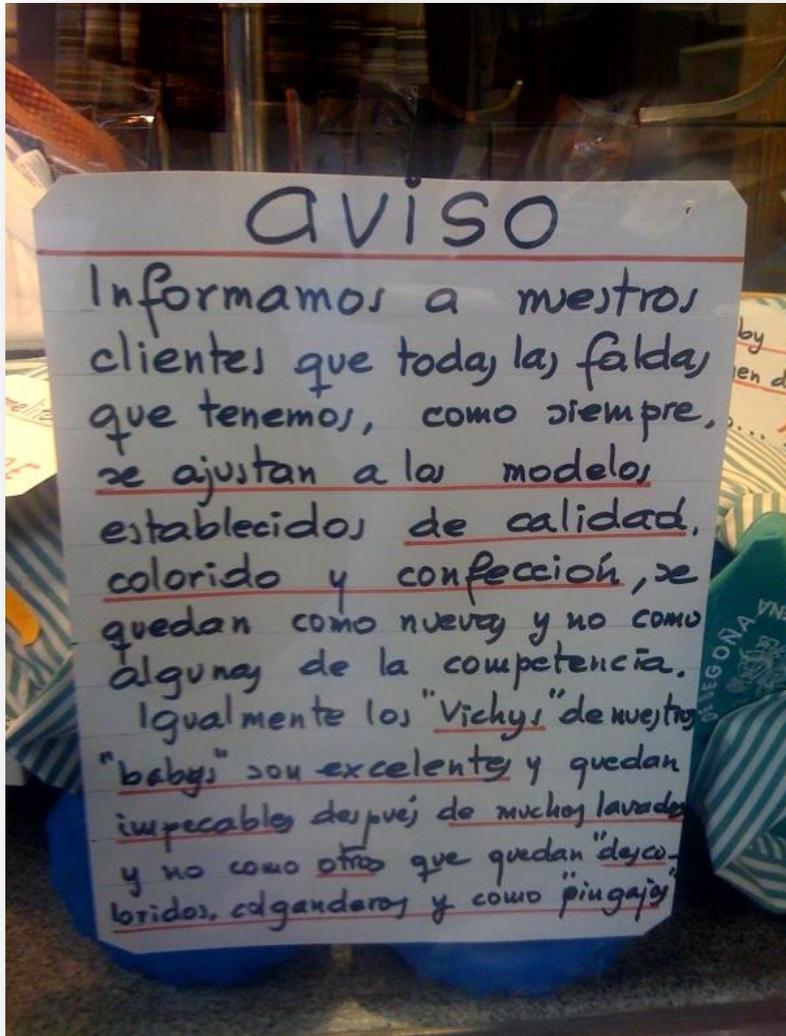
# Exterior del local.



# Exterior y rotulación



# Marketing de escaparate.



MIOT TECH



# Marketing de pyme



“Contribuya a que este cuarto de baño sea digno de usted”

# Producto.



TWISTED ROOT BURGER CO. - RICHARDSON  
(214)570-9999  
Dinner

Check No 61493/1  
Tab 9342 Server 200

1	Turkey	5.99
	Add Cheddar	0.75
	Food Sub-Total	6.74
6	Nicest Person	-0.06
16	Best Looking	-0.16
32	Best Butt	-0.32
11	Great Smile	-0.11
	Other Sub-Total	-0.65
	SUB TOTAL	6.09
	Sales Tax	0.56
	TOTAL:	6.65

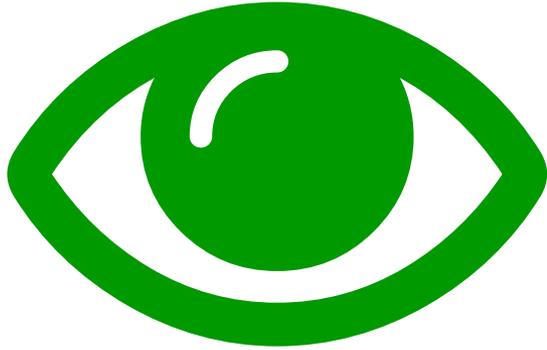
Thank You,  
Reg 1 AM

# Creatividad



UN DIA DE ESTOS  
ME VOY A ESCONDER YO  
PARA VER QUE CARA  
PONEN LAS LLAVES...





# Casos reales de pymes y startups

“ *Yo creo bastante en la suerte. Y he constatado que, cuanto más duro trabajo, más suerte tengo* ”

*Thomas Jefferson*

# Aprovechar las oportunidades



## Timeline Photos

Volver al álbum · Fotos de BlaBlaCar.es · Página de BlaBlaCar.es

Anterior · Siguiente



Me gusta Comentar



**BlaBlaCar.es**  
¿GASTAS MUCHO EN MANIQUÍES?

En BlaBlaCar somos más de compartir viajes con personas. Aprovechate de los beneficios del carril Bus-VAO. Te lo ponemos fácil, Inscríbete GRATIS en: <http://bit.ly/SgakAd>

Me gusta · Comentar · Compartir · Martes

👍 A 2.664 personas les gusta esto.

Álbum: Timeline Photos

Foto compartida con:  Público

Ver con un tamaño mayor

Descargar

Denunciar/Eliminar etiqueta

# Social media. Problemas y oportunidades



**Rosa Asensio** @Rosita\_Correr 30 de ene.  
Pedir presupuesto @Gil\_Stauffer para mudanza Madrid-Barcelona y q no aseguren fecha d entrega en Barna "pueden ser 15d o 1mes" #vergonzoso  
Detalles Responder Retwittear Favorito Más



**Gil Stauffer** @Gil\_Stauffer  
Seguir

@Rosita\_Correr Este twitt perjudica nuestra marca por el hastag en que aparece. Elimínelo o tendremos que enviarlo al gabinete jurídico

Responder Retwittear Favorito Más

1 163 RETWEETS 198 FAVORITOS



**juancorbera** @juancorbera 30 de ene.  
@Gil\_Stauffer vuestra contestación es todavía mas #vergonzoso  
Detalles Responder Retwittear Favorito Más



**Gil Stauffer** @Gil\_Stauffer  
Seguir

@juancorbera Gracias por su comentario. Procedemos en consecuencia #denuncia

Responder Retwittear Favorito Más

371 RETWEETS 83 FAVORITOS

17:55 - 30 de ene. de 2014

Responder a @Gil\_Stauffer @juancorbera



**juancorbera** @juancorbera 30 de ene.  
@Gil\_Stauffer soy abogado. Aquí os espero. Dar una opinión de un mal servicio no es delito, la coacción si lo es ... cc @Rosita\_Correr  
Detalles Responder Retwittear Favorito Más

#vergonzoso

#sebuscacomunitymanager

100 FAV'S  
800 RT'S



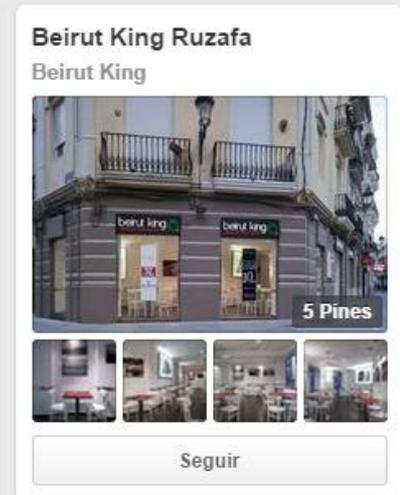
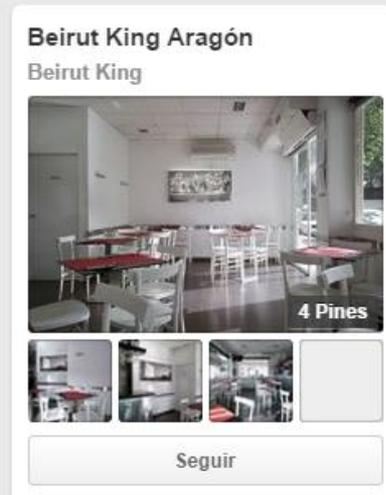
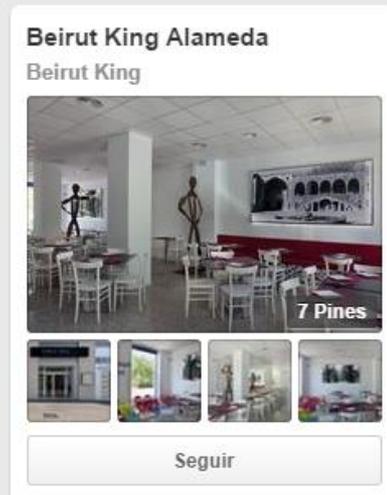
**Gil Stauffer** @Gil\_Stauffer 1 de feb.  
Agradecemos a todas las personas que han dedicado tiempo a enviarnos consejos sobre RSS y en el futuro tomaremos medidas para mejorar  
Abrir Responder Retwittear Favorito Más



**Gil Stauffer** @Gil\_Stauffer 1 de feb.  
@Rosita\_Correr El Consejo de Administración de Gil Stauffer lamenta el error cometido por nuestro CM y le pide disculpas por el mismo  
Abrir Responder Retwittear Favorito Más



# Social media para convencer



# La oportunidad del móvil



## PEDIDOS ONLINE CON JUST EAT

También puedes hacer tu pedido online con la plataforma de comida a domicilio Just Eat.



## PEDIDOS POR WHATSAPP

Envía un WhatsApp al **601 233 103** y haz tu pedido. Es simple y gratis.



## PEDIDOS POR APP ANDROID

Nueva versión de nuestra APP Android para hacer pedidos y recibir promociones si estás cerca.



## SERVICIO A DOMICILIO

Haz tu pedido por teléfono al **963 62 95 98** y lo llevamos a casa.

# Comercio minorista

El **sastre** de un pueblo de Ganada.

- Casi arruinado en 2007-8 por la burbuja inmobiliaria. Sus ventas bajan un 40%.
- Sus hijos le enseñaron en Tuenti la foto de un chico con un traje suyo el día de su boda.
- Se define como "un cuarentón que no había usado un ordenador en su vida",
- Compró en octubre de 2008 varios cursos para aprender de qué iba la red. Uno de ellos, sobre cómo hacer vídeos para Youtube, le costó "ciento y pico euros".
- Le cambió la vida.



Videos populares

▶ Reproducir



**NUDO DE CORBATA WINDSOR ALUCINANTE. C...**

5.444.115 reproducciones hace 4 años



**NUDO DE CORBATA CORREDIZO PERFECTO-E...**

1.329.746 reproducciones hace 4 años

**A partir de su éxito en redes sociales e internet empezó a vender en toda España y exportar a otros países.**

# Ecommerce. Del físico al online.

*sexyboom*<sup>™</sup>  
juguetería erótica

*Sex*  
**COOL**ture

Envío gratis a partir de 60€



Atención y pedidos  
960 044 836 | 668 896 869  
L a S, de 10:00 a 22:00

*Erotic Lounge*  
magazine

¿Tienes dudas? Te atendemos aquí y ahora :-)



Seguridad y confianza:



Pago 100% fiable:



Enviamos por:



**TRUSTIVITY**  
OPINIONES QUE CUENTAN



**9.3/10**  
de 104 opiniones

# Ecommerce. Del blog al ecommerce.



**moñaditas.com**  
detalles con mimo

## Amparo Sanz.

Soy emprendedora, divertida, positiva, curiosa, tenaz y... un poco desordenada. Pero en este desorden, llevo un perfecto orden.

Me encantan las manualidades, investigar, crear, probar... y así nació **moñaditas**. Así llamo a los detalles personalizados que diseño y que hago con mucho mimo.



**Moñaditas.com**, uno de los proyectos que llevo entre manos y que está **convirtiendo lo que para mí era un hobby en un negocio.**

**Un negocio en el que las redes sociales son una potente plataforma para conectar con las personas y dar a conocer mis productos.**



UNIÓN EUROPEA  
Fondo Europeo de  
Desarrollo Regional

*Una manera de hacer Europa*

\*Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del  
Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020\*



@entiak  
contacto@entiak.com  
<http://entiak.com>