

Nombre

¿Qué hace?

Entrevistado 1 Sara Mejia

Directora Branding & Social Media - Prebel S.A

Entrevistado 2 Carlos Laguna

Vicepresidente Creativo - Agencia CPC

Gerente Mercadeo - Tennis S.A

Entrevistado 3 Paola Toro

Director General - Empresa Emergia

Entrevistado 4 Nibaldo Toledo

Género

1. ¿Actualmente, como va el marketing en tu sector?

Femenino Sector: belleza y cuidado personal. Mercadeo va cambiando constantemente, depende del foco si es posicionamiento o construcción. El marketing enfocado a tema emocional y conciente. Cada vez más exigente para darle una solución a los problemas de los consumidores. Alto consumo de redes sociales, efocar la mayoría del marketing hacia redes sociales.

Masculino Sector: diario vivir. Muchas herramientas nuevas, buscar diferentes maneras de llegarle correctamente al consumidor. Humanizar las marcas, alternativas de valor diferentes, valor que conecte.

Femenino

Sector: Textil. Experiencia en el punto de venta y digital debe estar conectada y cada vez las personas quieren escuchar mejores historias. Y poder conectar. Fusión entre las nuevas tecnologías. Lograr integrarlos con el ADN, sin perderlo.

Masculino

Sector: B2B, el marketing esta evolucionada que todo empezo con pandemia. Avances tecnologicos, no hay un marketing nuevo es el mismo solo que hay nuevas herramientas que ayudan a mejorar.

2. ¿Cuál es tu perspectiva futura del mercadeo?

No creo que los segmentos tradicionales vayan a morir del todo (TV, radio, etc.) como las marcas más masivas ya que es donde se encuentra su público. Pero también somos muchas marcas que invertíamos en mercadeo tradicional pero ya se migro a todo el tema digital ya que se el costo es mucho más barato y se logra el objetivo de conocimiento y alcance. Digital se vuelve el medio de todo y ver que lo complementa con medios tradicionales.

Tendencia al mercadeo esta enfocada de minería de datos, con todas las nuevas tecnologías, basado en la data. Mercadeo va para la personalización de servicio, segmentación y analisis de datos.

Antes la estrategias tradicionales de radio o tv llevaba a 1 de miles o es muy 1 a 1 para acercarse mejor a su consumidor y entender mejor su necesidad a traves de campañas digitales cercanas.

Marketing siempre va tener las compañías, lograr un storytelling correcto que conecte emocionalmente con los consumidores. Cada vez se vuelve mas fundamental. Mente y corazon del consumidor.

La inteligencia artificial va ayudar mucho en el futuro de mercadeo y va ayudar que estos procesos puedan hacer procesos que quita tiempo para que las personas se puedan enfocar en la creatividad e innovovación. Los jovenes piensan que el marketing es solo la IA pero no saben de mercadeo como tal. Herramientas potentes si tienes la base esencial.

3. ¿Qué opinas sobre los millennials de hoy en día, sientes que para las compañías cada vez en su reto lograr tener su atención?

Millennials son un reto. Como esta generación nació con lo digital muchas veces no le creemos en su totalidad a lo digital ya que sabemos como funciona. El medio va ser el ecosistema digital. Poner tener su atención es a través de influencers orgánicos o contenido genuino y auténtico. Contenido orgánico con influencers más de nicho. y darles una experiencia con las marcas para darles mayor cercanía.

Retos: generación cero compromisos, todo lo quiere más fácil. Siempre están pegados a los celulares. La longitud del contenido, no quieren publicidad, algo que haga contenido cercano como influencers. Todo lo quiere de manera digital. No solo es un reto desde el mercadeo pero si desde todas las áreas.

Nosotros lo sabemos manejar, nuestro consumidor es muy joven siendo un nativo digital. Nuestras estrategias están enfocadas muy en lo digital y las tiendas son ese apoyo. La tecnología la adaptamos a los nuevos consumidores. Nos comunicamos de manera más fácil.

Los millennials son un reto ya que han cambiado las escalas de valoraciones. Dentro de las compañías estos jóvenes ya no quieren quedarse tanto tiempo no les interesa hacer carrera, todo lo quieren inmediato. Muy enfocado en todo lo digital.

4. Hablando un poco sobre el influencer marketing, ¿Crees que tiene oportunidad en el futuro? ¿Su aplicabilidad va a cambiar? ¿y como vez que este tipo de marketing pueda ayudar a las compañías?

Personalmente pienso que algún día que iba acabar, pero no lo que pasa es que evoluciona. Son los nuevos validadores de marca los influencers. Los millennials nos cansamos muy rápido y deben evolucionar. Las celebridades van a sobrevivir esta evolución y los influencers especializados. Contenido haga relación a la persona. El influencer marketing es efectivo, genera alcance, se entendió que usar una campaña acertiva de mix influencers funciona muy bien y depende del objetivo de la marca. Y en Prebel si se tiene presupuestado una inversión alta.

Hoy en día tiene mucho potencial. Micro influencers son en los que se están enfocando las marcas porque tienen un engagement y mayor cercanía con sus seguidores. No creo tanto en los grandes influencers pero si en los que se enfocan en nicho. Las personas ya buscan contenido organico. Ya no es el que mayor audiencia tiene ya es el contenido mas cercano con las personas. Entender los millennials que si siguen tragando entero todo lo que dicen los influencers como otros que no creen en nada que quieren enfocarse en la sostenibilidad. Pilares coherentes de influenciador.

Se debe saber manejar esta estrategia de influencer marketing. Y es muy importante ya que es como las marcas no saben hablarles a los consumidores. Tomarse el tiempo que si conversan con el ADN de la marca. Debe ser personas organicas. Le creo y le apunto y es uno de los pilares para nuestra estrategia de mercadeo pero son muy exclusiva escogiendo. El contenido debe ser organico, nos funciona mucho esta estrategia de influencer marketing. Le da un aire cercano en redes sociales.

Me parece valida, no es una estrategia nueva pero las herramientas nuevas hacen que todo sea mas exponencial. Gente que tienen credibilidad en un mercado objetivo. Herramienta necesario en muchos casos conveniente. Influenciador que tienen credibilidad que hoy en día es muy exigente. Especialización y conocimiento. Su aplicabilidad debe cambiar debe evolucionar, va decantar muy pocos los que saben cuidar. Búsqueda de nuevas formas de comunicarse, cada vez va ser mas exigente para los influenciadores. Los jovenes siempre están buscando referentes o personas que admiran. Los influencers se entretienen pero tienen ciertas categorias que si se dejan influenciar como otras no. Los jovenes le creen mas a su propia intuición.