

25
Jun 2021

Marketing innovador: estrategias y herramientas digitales – La nueva forma de comunicarse más emocional y menos racional.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

FGTB

Centrale Générale
Ensemble, on est plus forts



MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE
ET DES FINANCES



#JimmyPons



La innovación es el
nuevo marketing,
posicionamiento de
producto más emocional
y menos racional



Ponerse en la piel del cliente, para pasar de las experiencia a las emociones

Que quiere hacer	Como quiere vivirlo	Que necesita	Que espera
¿Qué aspectos define el cliente como éxito antes de proceder?	¿Qué componentes –tangibles/intangibles- son necesarios para diseñar el producto?	¿Qué elementos tenemos que incluir para poder asegurar su satisfacción del cliente?	¿Qué debe el cliente validar para asegurarnos el éxito?
Crear hoja de ruta	Confirmar satisfacción	Mejora continua	Fidelizar
¿Qué debe el cliente hacer para disfrutar del producto?	¿Cuáles son los indicadores de ejecución que miden el éxito para el cliente?	¿Qué cosas comenta el cliente que nos ayuda a mejorar?	¿Qué puede necesitar el cliente después del producto para volver?



Matriz de integración de atributos

El producto debe generar una vivencia o experiencia. Debe contener los atributos asociados al mismo para que sean correctamente entendidos por el cliente. Debemos identificar cuántos atributos destaquen y puedan utilizarse para la ingeniería del producto:

Atributos Físicos	¿Qué elementos físicos, recursos naturales, alojamiento, monumentos, paisajes y otros recursos similares tengo a mi disposición para integrarlos en el producto?. Ejemplo: parajes, plazas, museos, inteligencia del paisaje urbano o rural.
Atributos Sensoriales	¿Cuales son las vivencias inmersivas, relatos, experiencias, arte, paisajes, etcétera que podemos utilizar para contextualizar el producto a través de los sentidos (oído, gusto, tacto, olfato y vista) y que activan la zona creativa del cerebro?. Ejemplo: gastronomía, fiestas, paisaje sonoro, paisaje visual urbano y humano.
Atributos Emocionales	¿Qué elementos de la cultura, hospitalidad, idiosincrasia, identidad, tenemos identificados?. Ejemplo: acogida, tranquilidad, amabilidad, aventura y desafío, descubrimiento.
Atributos Vivenciales	¿Cuales son las vivencias inmersivas, festivos, tradiciones, fiestas, relatos, experiencias que podemos utilizar para contextualizar el producto?. Ejemplo: talleres, educación y entretenimiento, aprender nuevas técnicas, hobbies y deportes, excursiones inmersivas.
Atributos relación ODS	Identificar con que ODS podemos trabajar en cada aspecto que tenga relación con alguno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.



Ficha de contenido de producto.

TÍTULO: Sintetizar en una frase, mensaje claro

PROPUESTA DE VALOR: Definir en 60-70 palabras cuál es la propuesta de valor clave de tu producto. Ten en cuenta que el 80% de las personas no pasarán de este punto si no les convencemos de ello.

RELATO INTERPRETATIVO: Describe con un texto inspirador, desde la posición del cliente y teniendo en cuenta las necesidades, la ficha de posicionamiento deseado y las meta etiquetas/sensaciones que queremos despertar en él la secuencia del producto, que tiene que hacer para cumplir con su trabajo (necesidad). Depura tu texto, quita lo que sobre, no seas reiterativo y piensa bien las palabras y verbos de acción. No cometas faltas de ortografía ni uses metáforas. Extensión recomendada 700 palabras.

ORGANIZACIÓN TÉCNICA: Este apartado es muy importante ya que puede tener carácter contractual. Describe los componentes del producto de forma que el usuario tenga claro que compra, en qué condiciones, qué servicios están incluidos y cuáles no. Aprovecha también para usar técnicas de convencimiento ya que en esta sección muchos clientes acaban no teniéndolo claro y abandonan el interés y por tanto la compra. Ten mucho cuidado con los precios, revísalos antes de hacerlos público.

INFORMACIÓN COMERCIAL: Establece las condiciones de venta por terceros, plataformas de distribución y canales que usamos.



Ficha de posicionamiento de producto.

Nombre del servicio

<El nombre de producto debe ser descriptivo, incluyendo términos clave que el cliente utilice para localizar el producto en los buscadores. La longitud del texto debe estar entre 65-75 caracteres.>

Fotos y vídeos

<Cualquier ficha de producto debe incluir un slider con fotos y vídeos del producto. Las fotos deben estar etiquetadas (ALT) incluyendo el término de posicionamiento SEO y no deben ser superiores a 60Kb-100Kb.>

Texto marketing/comercial

<El texto comercial destacado en la página debe relatar la propuesta de valor del servicio, identificando claramente a quién va dirigido. Es lo que en marketing digital denominamos “sales copy”. >

Ficha técnica

<Especificaciones técnicas del servicio que se ofrece, incluyendo todos aquellos términos que puedan facilitar la búsqueda en Internet.>

Proyectos relacionados/testimonials

<Descripción de proyectos relacionados con el servicio objeto de la ficha, describiendo el reto, la solución y los resultados. Los comentarios de otros clientes también comunican confianza y ayuda a mejorar la conversión.>

Certificaciones/sellos

<Listado de certificaciones y sellos obtenidos por la empresa, desde el sello de Confianza Online, Trusted Shops, servidor seguro (VeriSign, TripAdvisor, thawte, GeoTrust...), eKomi, pasarelas de pago, UNE, ISO, programas de apoyo...>

Iconos para compartir



Motor de reservas /ecommm

<El motor de reservas debe estar desplegado y abierto en la ficha sin tener que cambiar de ventana y de entorno. El motor puede consultar el inventario en tiempo real o recoger peticiones de servicio para captar los datos de los clientes interesados.>

Widget de recogida de datos

<En el caso de que la intención no sea de compra, es necesario que el usuario deje sus datos de contacto para alimentar el embudo de ventas. La participación en un sorteo, la suscripción al newsletter corporativo, la descarga de un ebook, son todas ellas acciones de inbound marketing para convertir al usuario visitante en posible cliente.>

Banner

<Podemos incluir un banner para promocionar alguna acción especial de la empresa, como un evento especial, por ejemplo, “San



Ficha de producto ejemplo



Baja California and the Sea of Cortez: Among the Great Whales

8 DAYS FROM \$6,400 View All Dates & Prices	Trip Type Expedition Cruise	Activity Level Light or Moderate ?	Service Level Premium ?	Group Size Max 100	RESERVE ONLINE Or call 1-888-966-8687
---	--------------------------------	---------------------------------------	----------------------------	-----------------------	---

Trip Overview

Expedition Team

Itinerary

What to Expect

Ships & Deck Plans

Dates & Prices

What's Included

From Our Travelers

Get Inspired

RESERVE ONLINE

Or call 1-888-966-8687

EXPEDITION OVERVIEW

SPECIAL OFFERS

Air Credit on Select Expedition Cruises

SHOW DETAILS ▼

Special Offer for Solo Travelers

SHOW DETAILS ▼

- Aboard the *National Geographic Venture*, voyage to Bahía Magdalena to observe California gray whales and their calves with our naturalists.
- Go snorkeling amid sea lions, king angelfish, and brilliant blue damselfish.
- Glimpse the marine world through underwater video footage, and listen in on the haunting songs of whales on our hydrophone.




PRINT ITINERARY

Referencia: <https://on.natgeo.com/3dgIUPf>



Ficha de producto ejemplo



Email us at: hello@utopia-villas.com ★ Favorites → Login f 📷 📺

 Utopia Villas
#1 Villa Rental Company in Sitges, Barcelona




[Home](#) [Villa Collections](#) [Concierge](#) [Reviews](#) [Sitges Life](#) [Contact us](#) 🇬🇧 📞 +34 938 146 514

Villa Sofia

[Home](#) > [Sitges](#)



Rent From €3,950 Per week - Family Friendly, Family Reunions, Villas For Families With Children, Villas For Groups

 10 Bedrooms  6 Bathrooms  1 Garage

Luxury Villa Sofia | Utopia Villas. Sitges, Barcelona

VILLA SOFIA IS NOW ALSO AVAILABLE FOR WEEKENDS! PLEASE CONTACT US FOR OUR BEST PRICES!

Villa Sofia is a spacious 10-bedroom large family villa with private pool located in Sitges town centre. Whats more, the beach is within a short walking distance. Villa Sofia sleeps 18 people and offers unique features such as a children's playroom and a functioning

Make an Enquiry

Villa Sofia

Reservation Details

My dates are flexible

Check In *

Check Out *

Number of Adults *

Number of children

Message to the property manager

[CANCEL](#) [PROCEED](#)

Monthly Rentals Av
Fully furnished and Eq
(Oct - May)
[CONTACT US !!!](#)

Subscribe Newsletter



Terminemos con una frase

"Las personas olvidarán lo que dijiste y lo que hiciste, pero nunca olvidarán cómo les hiciste sentir"

Maya Angelou



Muchas Gracias



Datos de contacto:

- @jimmypons (Twitter, Instagram, etc.)
- innovacion@jimmypons.com
- www.jimmypons.com - www.roundcubers.com
- +34 615 135 080

