



BRM

GRANDES INTERACCIONES

BRM

GRANDES INTERACCIONES

TENDENCIAS
DIGITALES PARA
CONECTAR CON
TUS CLIENTES

¿Todas la interacciones que se presentan a diario?

¿Las personas dependemos del momento en que nos encontremos, como una marca puede relacionarse con las personas cuando se les cae un diente, dan un primer beso, se van de casa de sus padres, o son las 6pm y esperan en el metro para ir a casa?





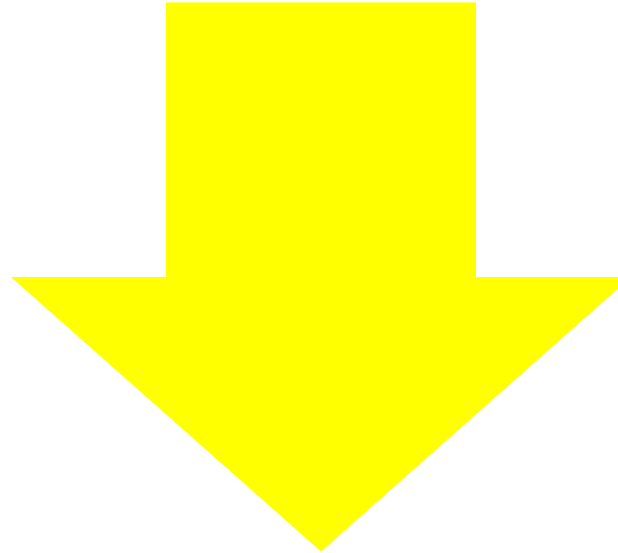
Ser relevante
es estar en el
momento
justo



Micromomentos

Las oportunidades más grandes están en los momentos más pequeños.

¿Qué es lo que
queremos que los
consumidores hagan?



¿Qué es lo que
podemos hacer
por los consumidores?

Momentos basados en una gran intención en los que se toman decisiones y se definen preferencias.

¿Adivinar el Futuro?

Futurología:

Predecir el futuro es muy complicado...

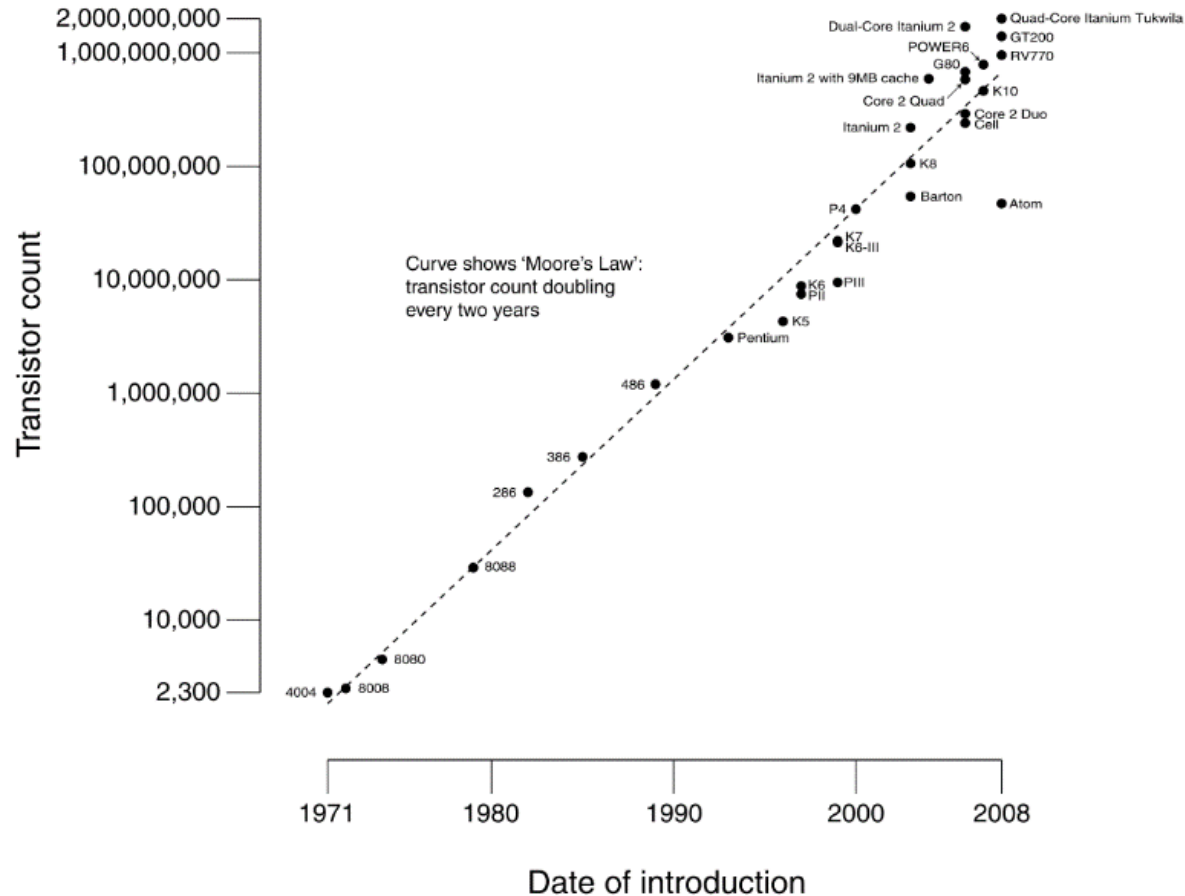


Futurología:

A man in a dark, textured coat and a hat stands on a rocky outcrop, looking out over a futuristic city. The city is filled with tall, dark skyscrapers and a large, glowing circular structure in the sky. The scene is set in a dark, atmospheric environment with a blue and grey color palette.

Pero en cuanto a la tecnología la cosa cambia...
Tenemos varias leyes que nos ayudan a predecir
la velocidad y dirección en la que nos vamos a mover.

CPU Transistor Counts 1971-2008 & Moore's Law



Cada dos años se duplica el poder de procesamiento por el mismo costo.

¿Como la tecnología permite aprovechar las oportunidades para generar cambios de comportamiento y consumo?

LA EVOLUCIÓN DIGITAL

Engagement

Social

Contenidos

Web

Reach

Internet

Social: Engagement

Audiencias Infinitas

One Audience of Many



Infinite Audiences of One



You Tube

Construye y amplifica
T.O.M. (TOP OF MIND)

facebook.

Alcance altamente segmentado

.com

Repositorio principal
del contenido generado por
la empresa



Reputación corporativa
en ambientes sociales.

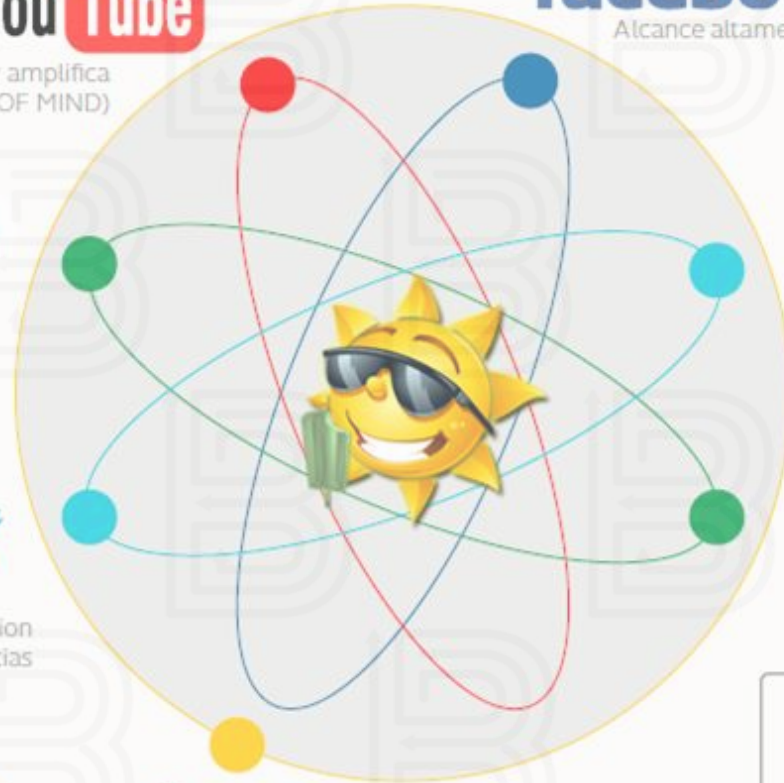


Social Intervention
a través de tendencias



Google

Drive hacia el territorio
digital de la marca



GALERÍAS DE CONTENIDO

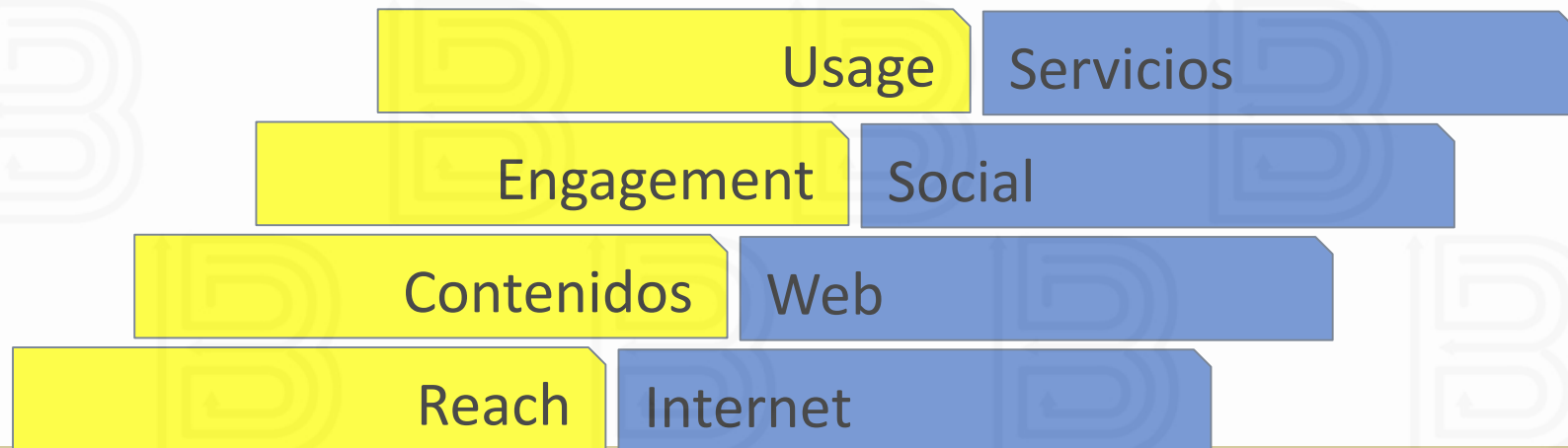
 **Instagram**

Resaltar contenido espontáneo.

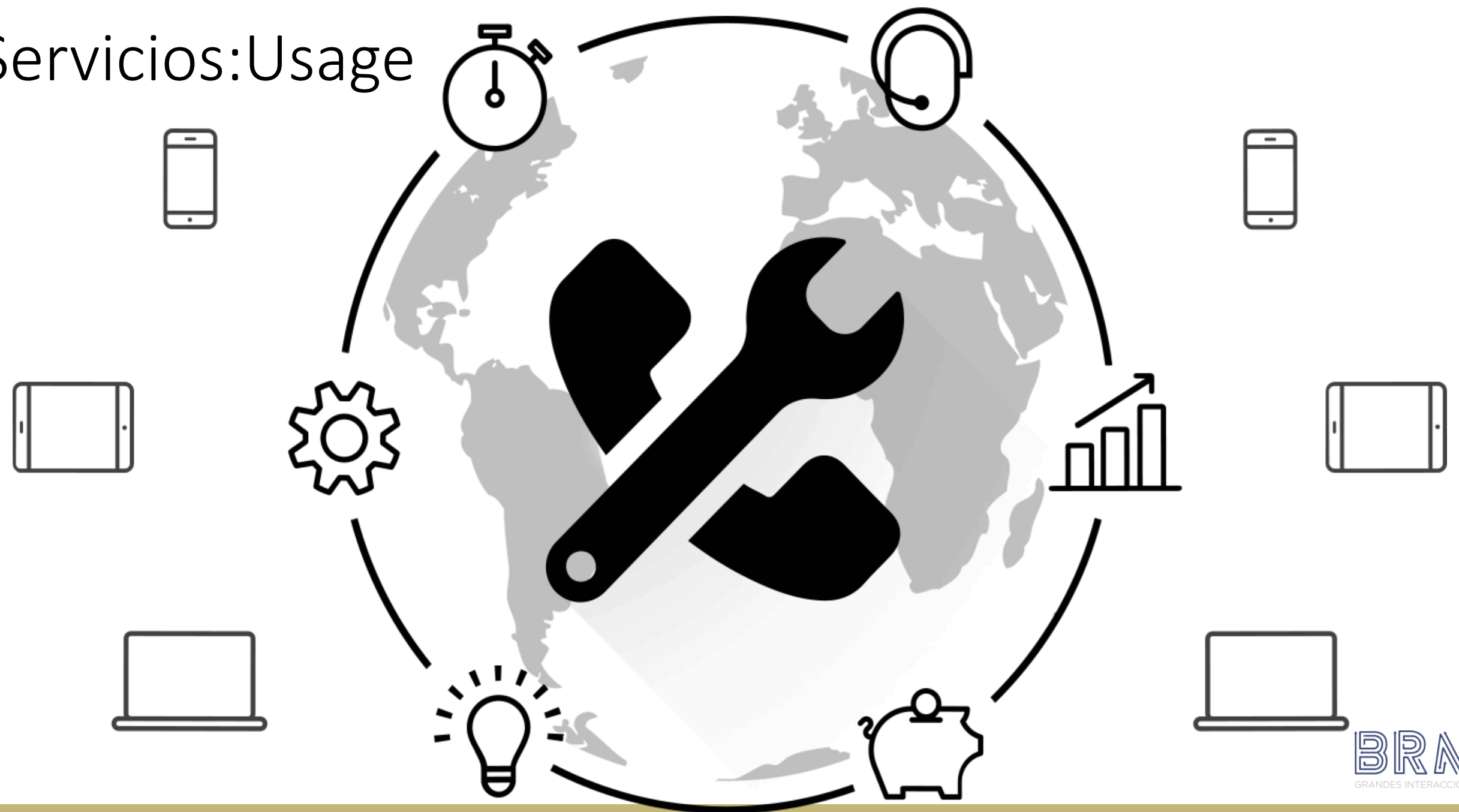
Pinterest

Resaltar contenido preparado.

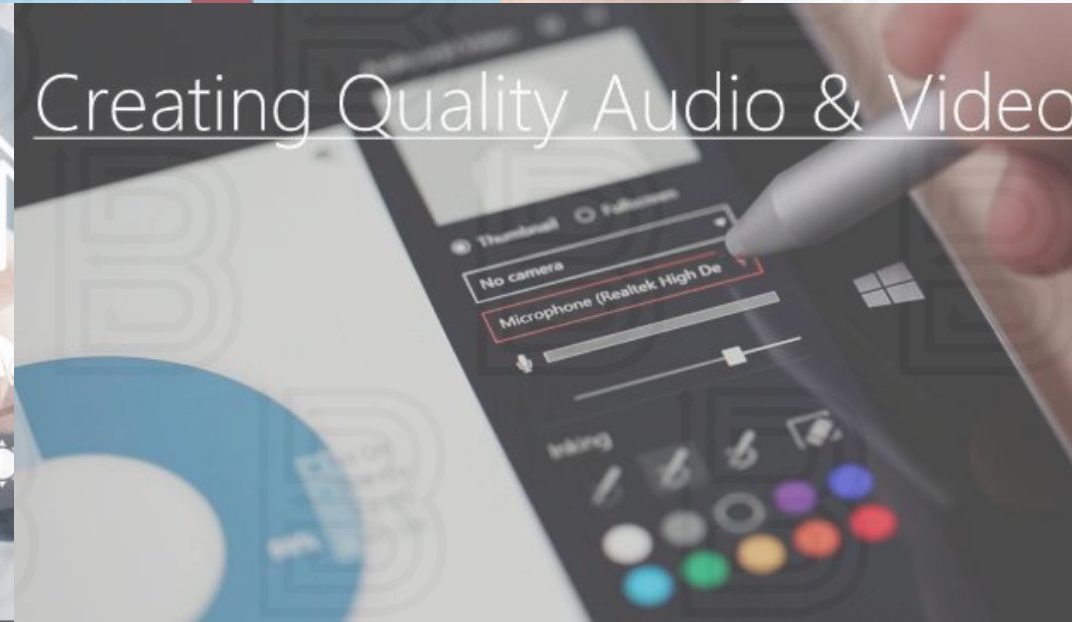
LA EVOLUCIÓN DIGITAL



Servicios:Usage



Servicios: Usage



DIGITAL MARKETING TOOLS

COVER STORY: Advanced Guide to **CONTENT MARKETING**

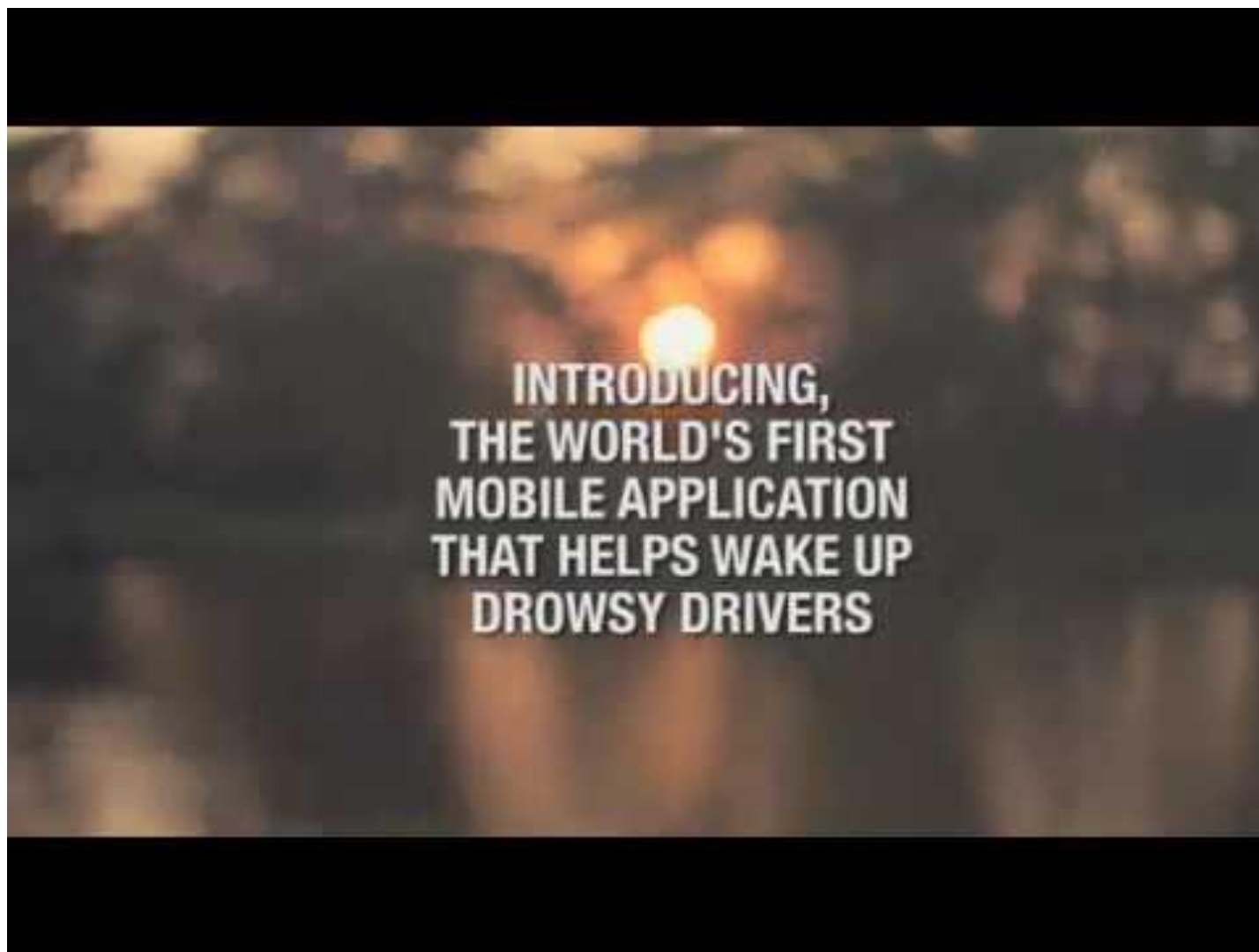
6 SIMPLE TIPS to Double Your Email List Using **facebook**.

How to Use **TWITTER LISTS** to Follow Thousands (and Appear Superhuman)

100+ BITE-SIZED TIPS To Get You More Social Shares And MORE TRAFFIC

GOOGLE+ for Business:





**INTRODUCING,
THE WORLD'S FIRST
MOBILE APPLICATION
THAT HELPS WAKE UP
DROWSY DRIVERS**

Drive Awake

Producto: Cafe Amazon

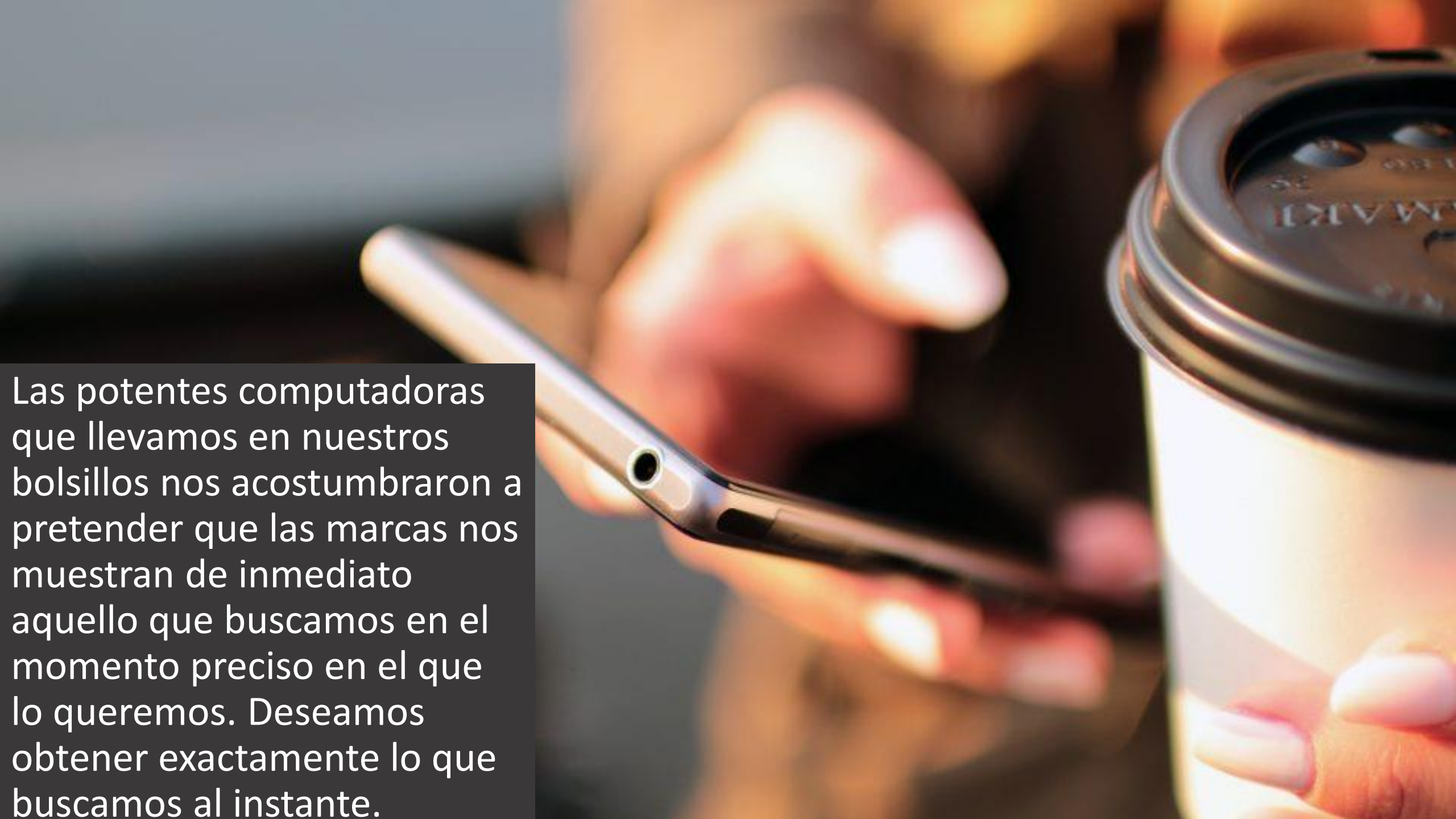
País: Camboia



LA VIDA

Micromomentos

Las oportunidades más grandes están en los momentos más pequeños.



Las potentes computadoras que llevamos en nuestros bolsillos nos acostumbraron a pretender que las marcas nos muestran de inmediato aquello que buscamos en el momento preciso en el que lo queremos. Deseamos obtener exactamente lo que buscamos al instante.

Momentos Quiero Saber

65%

de los consumidores online buscan más información en internet que en el último año.

66%

de los usuarios de teléfonos inteligentes los usan para buscar algo que vieron en un comercial de televisión.

Momentos Quiero Ir

2X

de incremento en el interés de las búsquedas en "su entorno" en el último año.

82%

de los usuarios de teléfonos inteligentes usan un motor de búsqueda para encontrar negocios o servicios locales.

Momentos Quiero Hacer

91%

de los usuarios de teléfonos inteligentes apelan a ellos en busca de ideas, mientras realizan sus tareas.

+100M

horas de videos "cómo hacer" fueron vistas en YouTube en el último año.

Momentos Quiero Comprar

82%

de los usuarios de teléfonos inteligentes los usan para consultarlos estando en compra en el local.

29%

de incremento en las tasas de conversiones desde móviles en el último año.

Del total de las personas que viajan por placer, el 69% busca ideas para viajes durante su tiempo libre,

Esperan en una fila, Aguardan la llegada del autobús

la mitad de este porcentaje hace las reservas a través de un canal diferente.



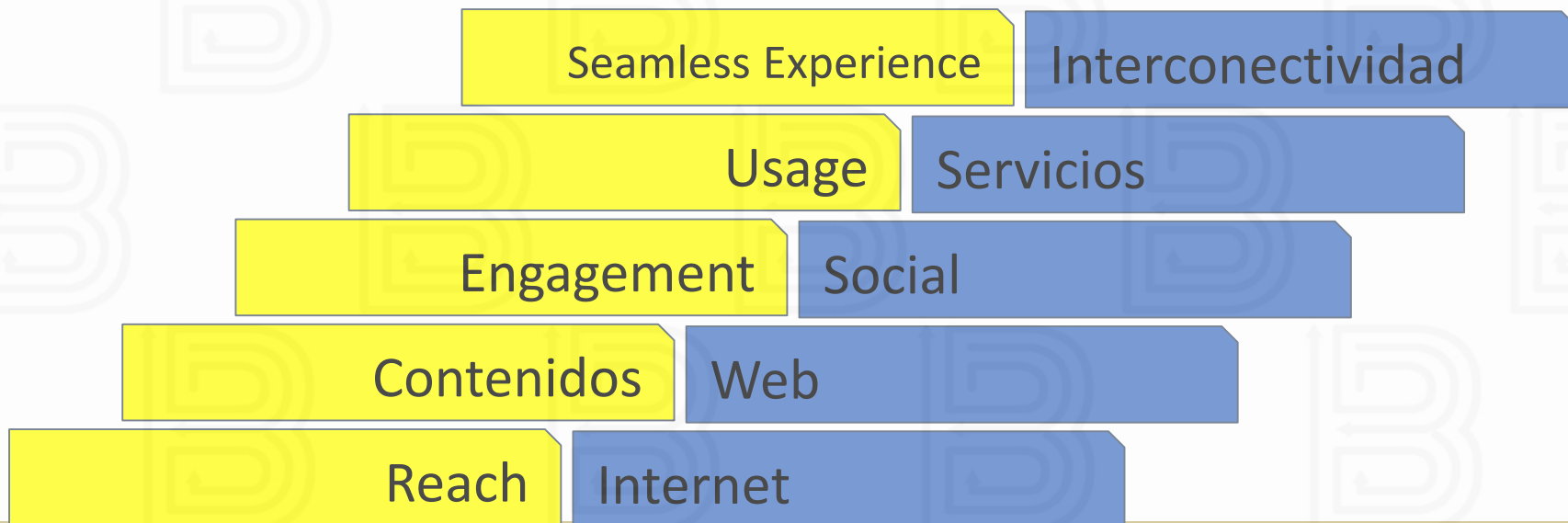
“Del total de usuarios de smartphones, el 82% consulta su teléfono mientras decide qué producto comprar frente a una góndola.

De este porcentaje, una de cada diez personas terminan comprando un producto distinto del que planeaba.”



Las marcas exitosas del mañana serán aquellas que dispongan de una estrategia TECNOLÓGICA que les permita identificar, comprender y satisfacer las necesidades de los consumidores en estos micromomentos.

LA EVOLUCIÓN DIGITAL



Interconectividad

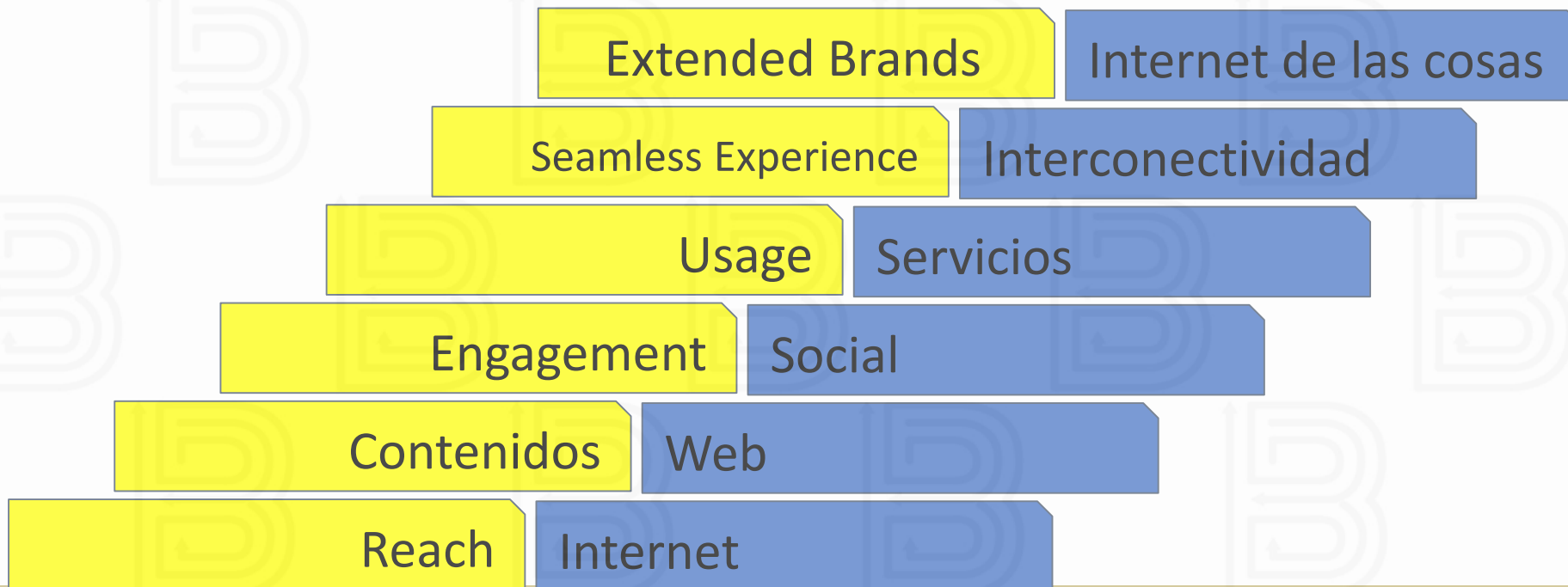


Interconectividad: Seamless Experience

Widen the aperture,
narrow the focus, for
innovation to deliver
complete solutions,
giving customers
seamless experience
that offers all involved
real meaningful value

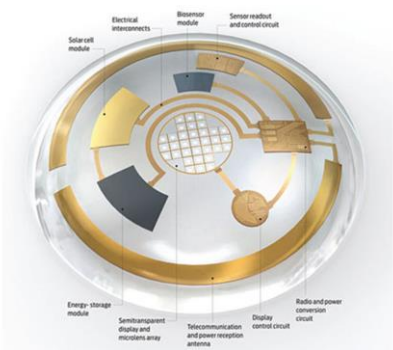


LA EVOLUCIÓN DIGITAL



Internet de las cosas





Experimental
 Producto: Augmented Contact Lenses
 País: Colombia

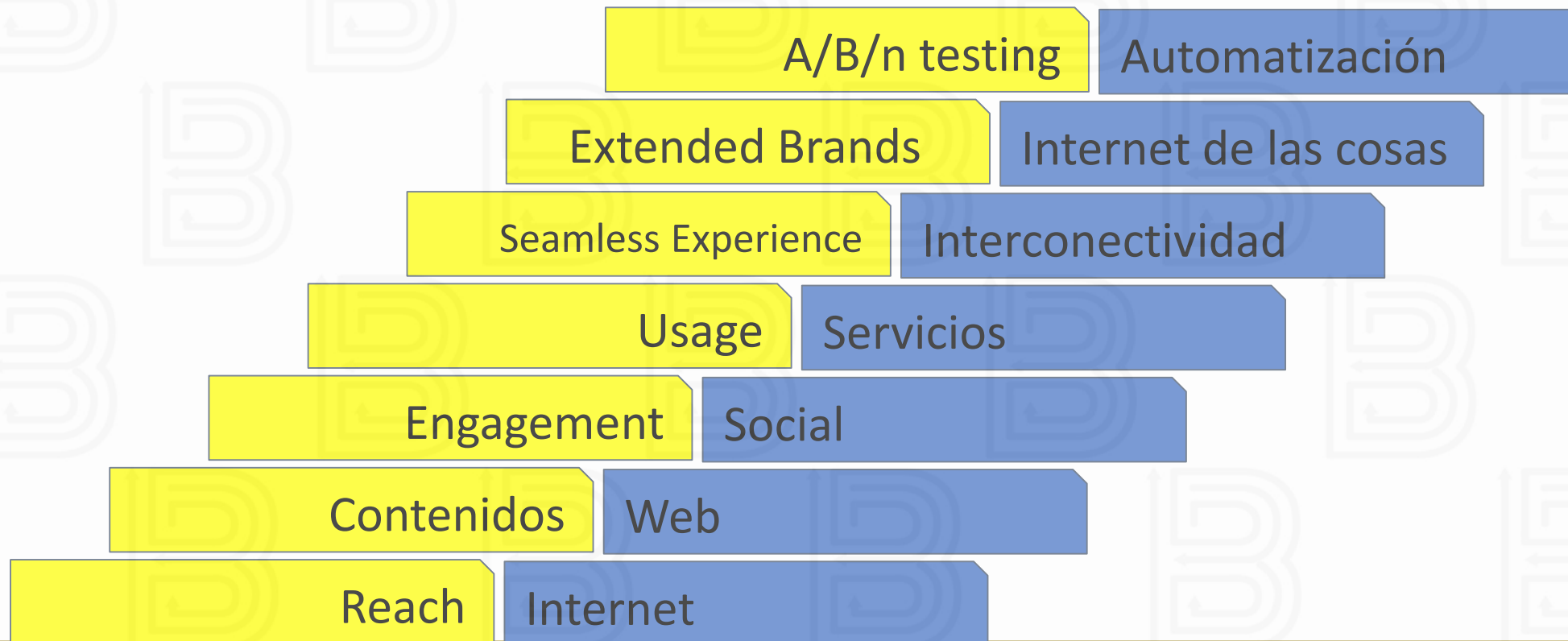


Internet de las cosas: Extended Brands

Beyond the label



LA EVOLUCIÓN DIGITAL



Automatización



Quick Feed 1	
8952	Feed 1

Quick Feed 2	
9552	Feed 1
4304	Feed 1
6541	Feed 2





- Join
- Wait
- Wait Until

Customer Updates



Update Contact

Sales & Service Cloud



Object Activity



Case



Convert Lead



Update Campaign



Task



Opportunity



Lead



Choose Object



Contact



Account



Add to Campaign

Journey Plan Duration: 2 days

Show [Labels]

ENTRY EVENT



NAME
Case Closed

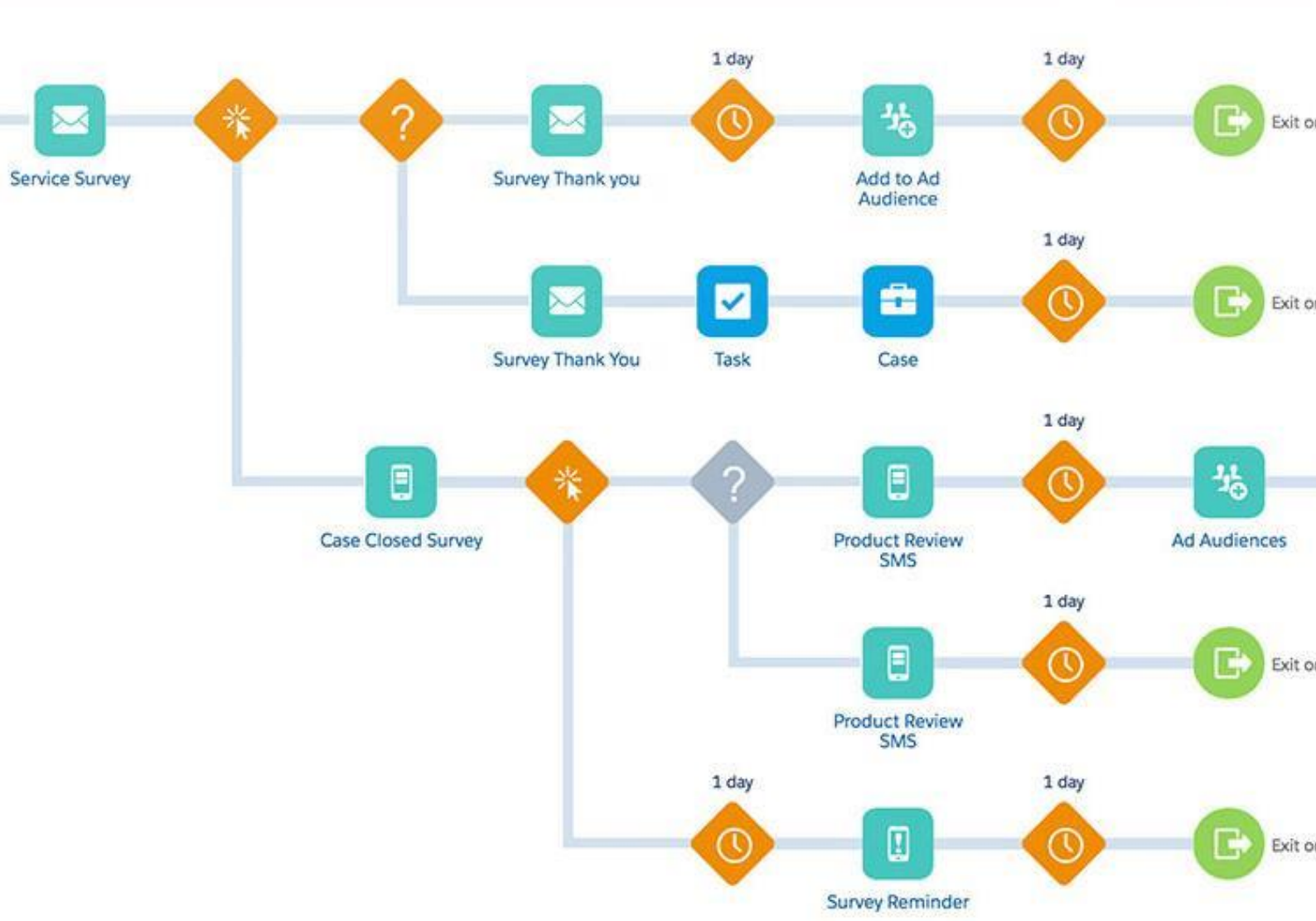
DESCRIPTION
When a case is closed in Service Cloud

ENTRY AUDIENCE
Case Closed-cdeae4ad-5c3b-4439-bb72-19230a2e1675

REPEAT
Never

CONTACT ENTRY SETTINGS
Case:Status Equal Closed

Remove Entry



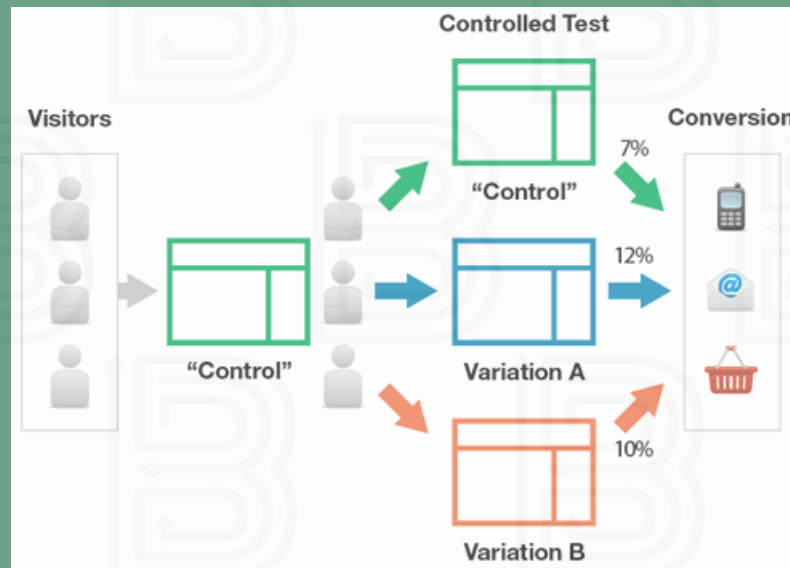
Automatización: A/B/n testing

Preconfiguration
Discovery
Bots
Semantic



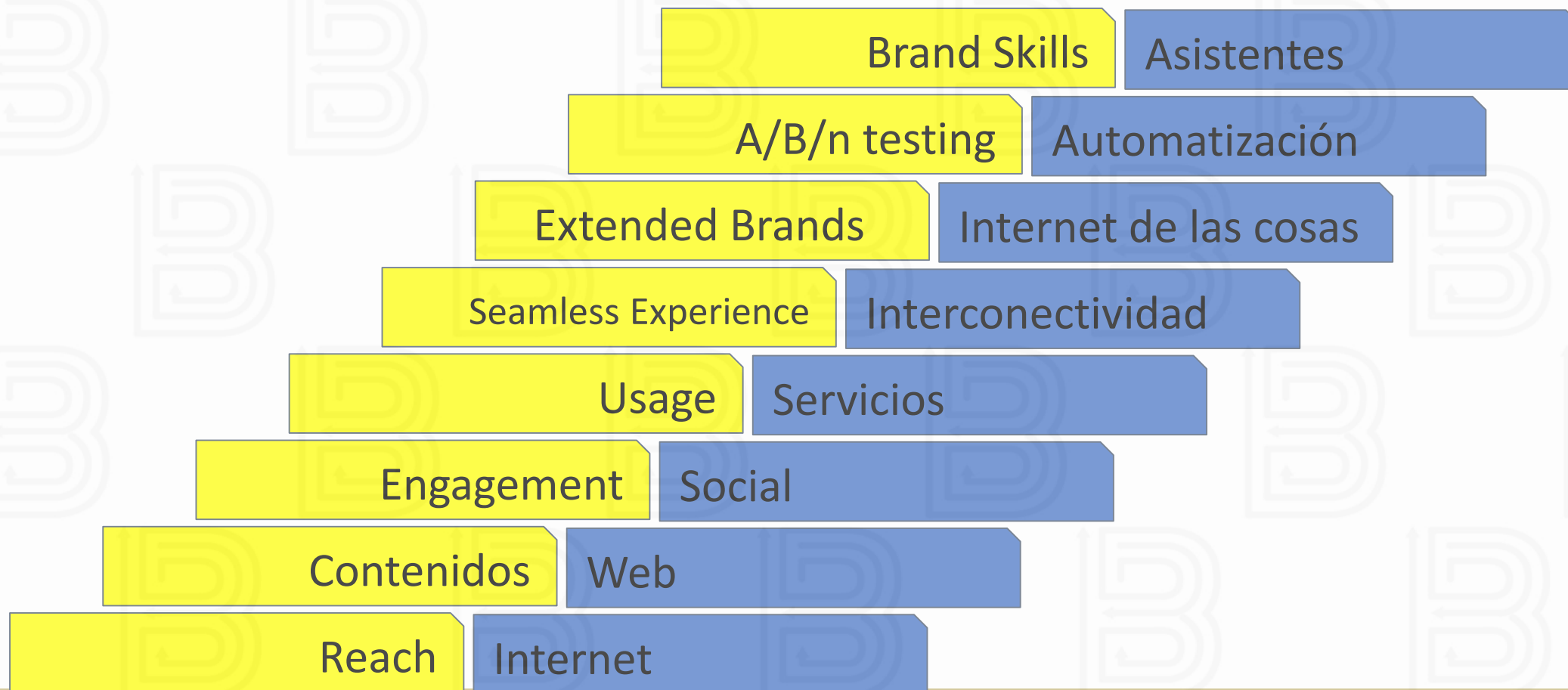
Your Barista Bot Will Serve You Now

ARTIFICIAL INTELLIGENCE FINDS ITS PLACE—AND VALUE—IN THE BRAND AND RETAIL WORLD. BY LAUREN JOHNSON



Starbucks® AI robot will change the way you get your caffeine fix.

LA EVOLUCIÓN DIGITAL



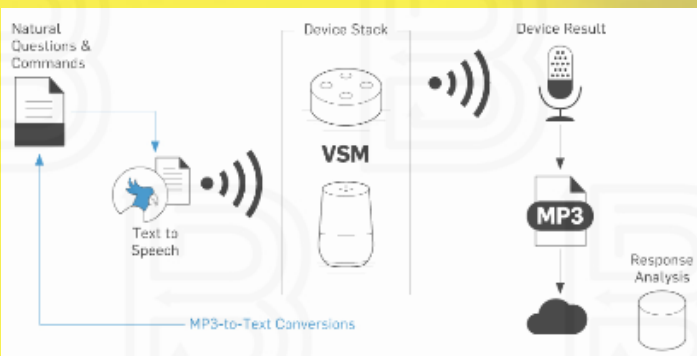
A close-up photograph of a person's hand touching the top of a dark blue smart speaker. The speaker has a glowing white ring at its base and is sitting on a dark table. The background is a blurred cafe with other people and warm lighting.

Asistentes

Natural voice

Asistentes: Brand Skills

Cook? Skate?
Clean? Buy?



VOICE

AmazonChoice Price Incentive?



"Alexa, buy L'Oreal mascara"

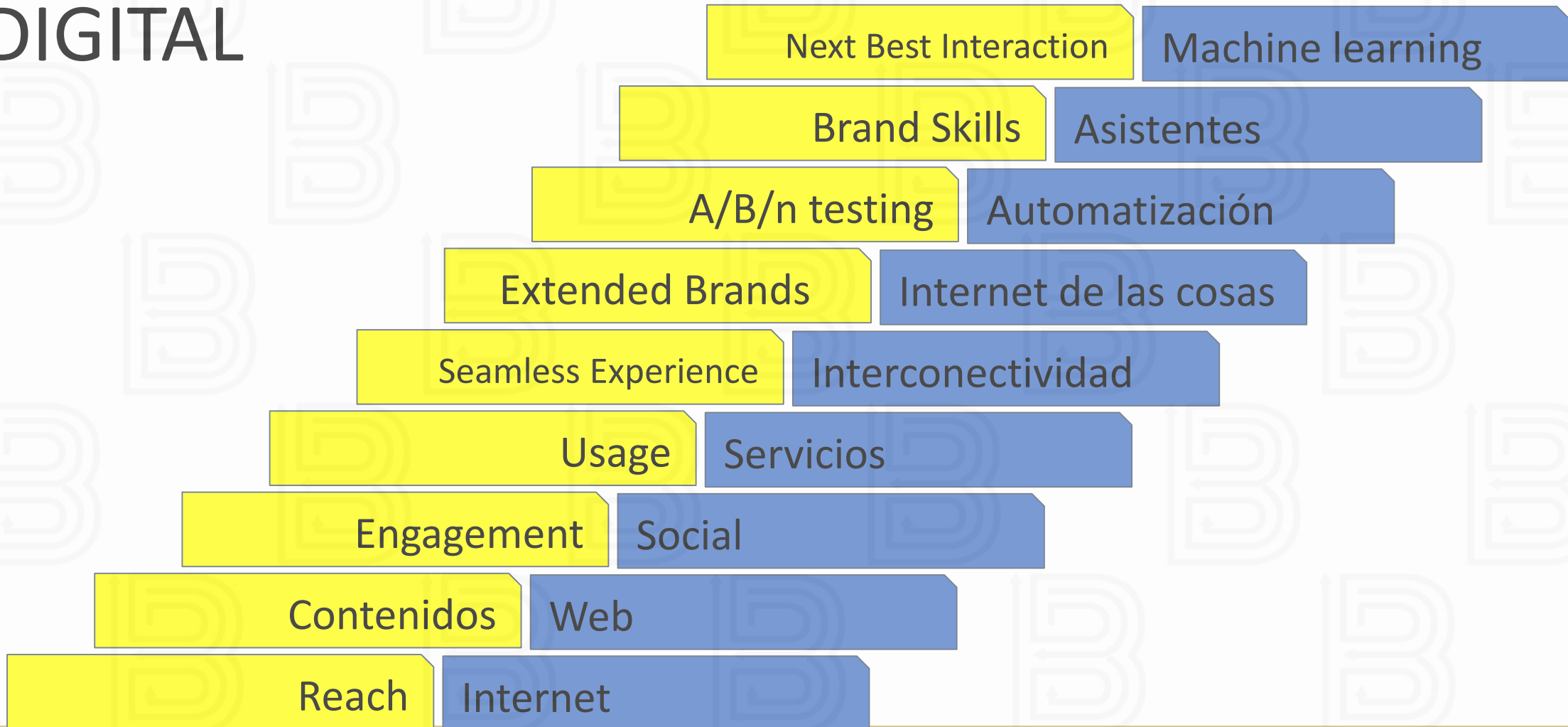


Alexa: \$4.89

Wearable Translator
Producto: Logbar
País: Tokio



LA EVOLUCIÓN DIGITAL



Machine Learning

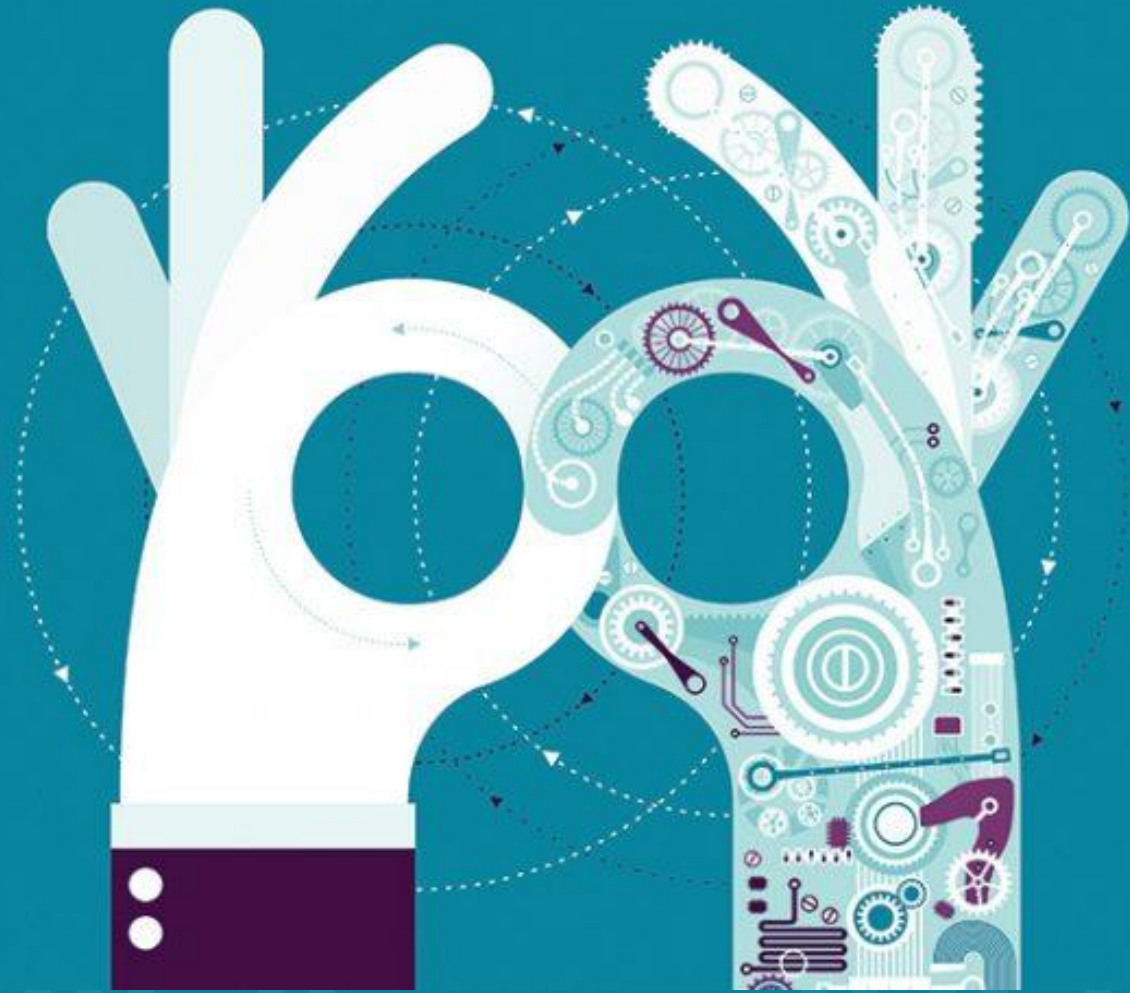
NETFLIX



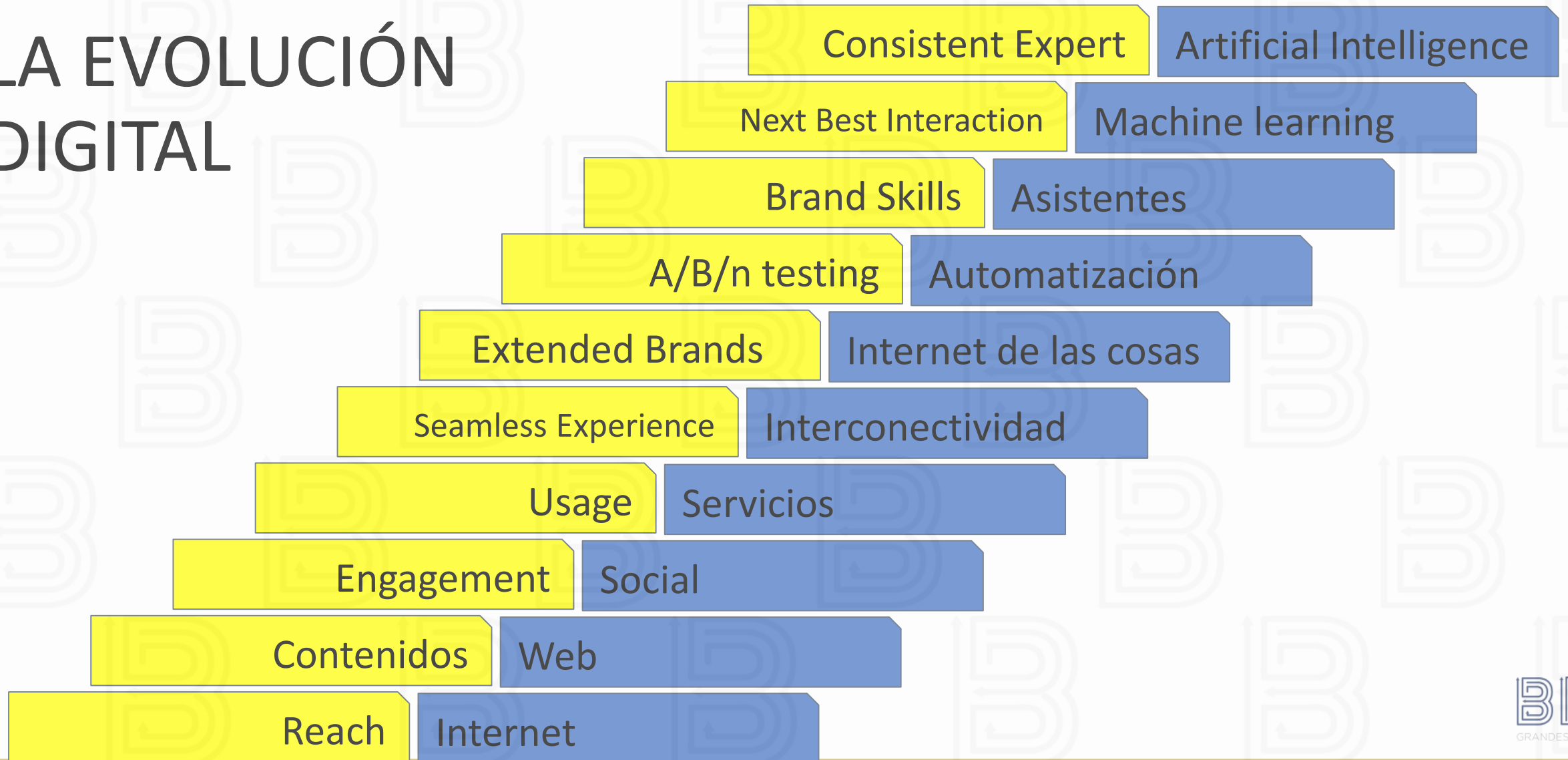
Loading...

Machine Learning = Next Best Interaction

Encuesta de Gartner, el 85 por ciento de las interacciones con los clientes se gestionarán sin un ser humano para 2020.



LA EVOLUCIÓN DIGITAL



mot du jour

Inteligencia artificial.





YANN LECUN
Director, Facebook AI Research

1 1 vez compartido

Me gusta Comentar Compartir

Reconocimiento facial

Presentamos más funciones con reconocimiento facial

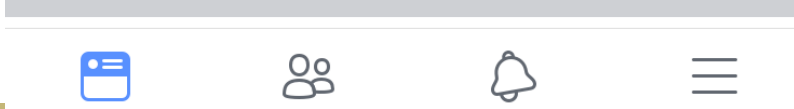
Hola, Jhon. Trabajamos continuamente para mejorar Facebook, por eso estamos incorporando otras formas de usar el reconocimiento facial además de las sugerencias de etiquetas. Por ejemplo, la tecnología de reconocimiento facial permite:

- Buscar fotos en las que apareces, pero en las que no estás etiquetado
• Evitar que desconocidos usen tu foto
• Indicar a personas con problemas de visión quién aparece en la foto o el video

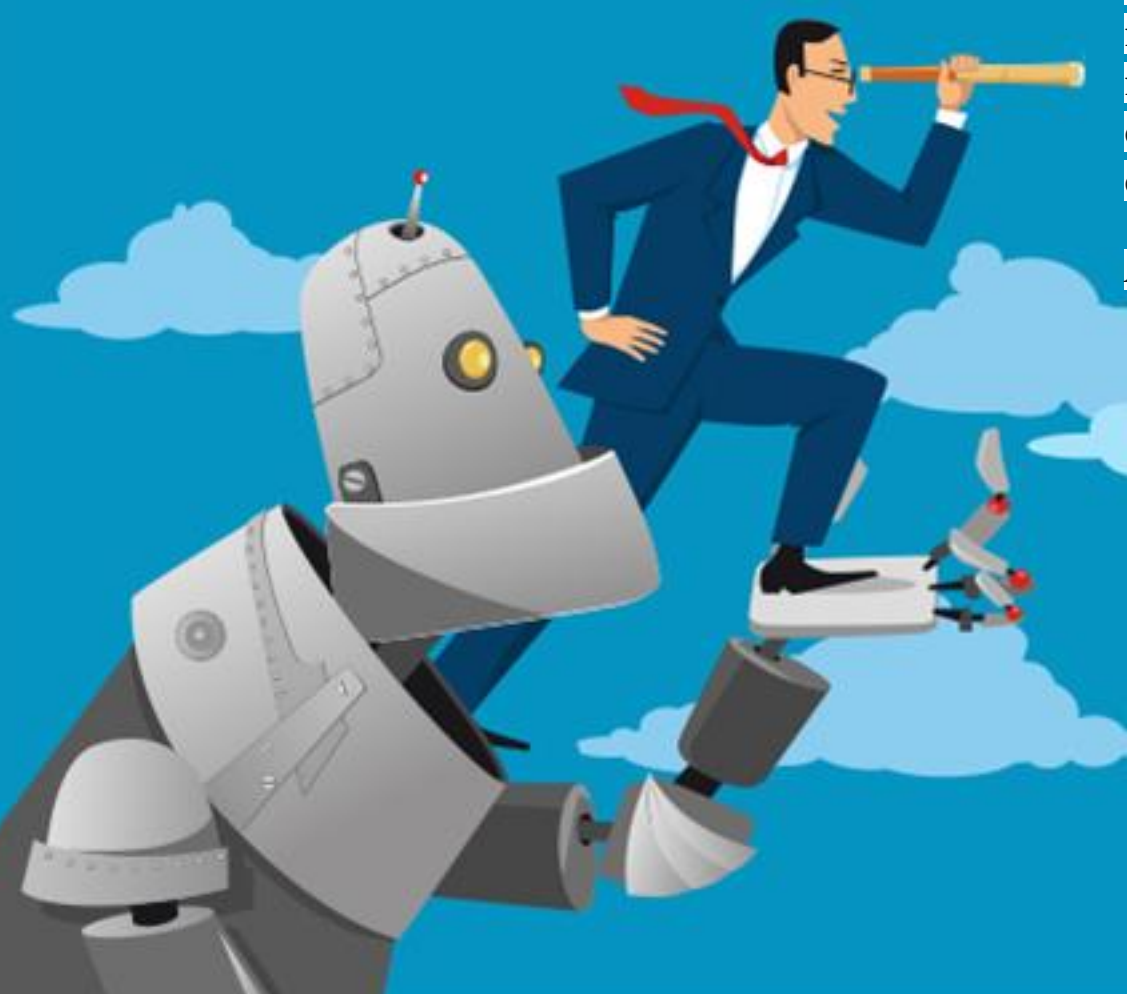
Tú controlas el reconocimiento facial. Esta función está activado, pero puedes configurarla como desactivado cuando quieras. Esto también se aplica a las funciones que agreguemos en el futuro.

— El equipo de Facebook

Más información Ir a configuración



Inteligencia artificial: Industry/ Constant experts



"A medida que las máquinas comienzan a tomar más decisiones para las personas, les resulta más difícil a los especialistas en marketing descubrir cómo entrar en esa ecuación y cómo influir en el comportamiento del consumidor"

Aaron Shapiro, HUGE

La IA es un problema masivo, pero hay algunos consejos prácticos para las marcas y los especialistas en marketing, incluso si usted siente que AI está a un millón de millas de su organización::AI no es algo que pueda ser ignorado

Impulse la experiencia invirtiendo en inteligencia artificial temprana
Los datos son la columna vertebral de cualquier experiencia de IA
AI es una inversión a largo plazo

AI está mejorando los resultados para aerolíneas, hoteles y compañías de alquiler de automóviles, que están integrando agresivamente esta tecnología en sus operaciones

Programmatic?

Campaign?

Performance?

Message?

Timing?

Copy?

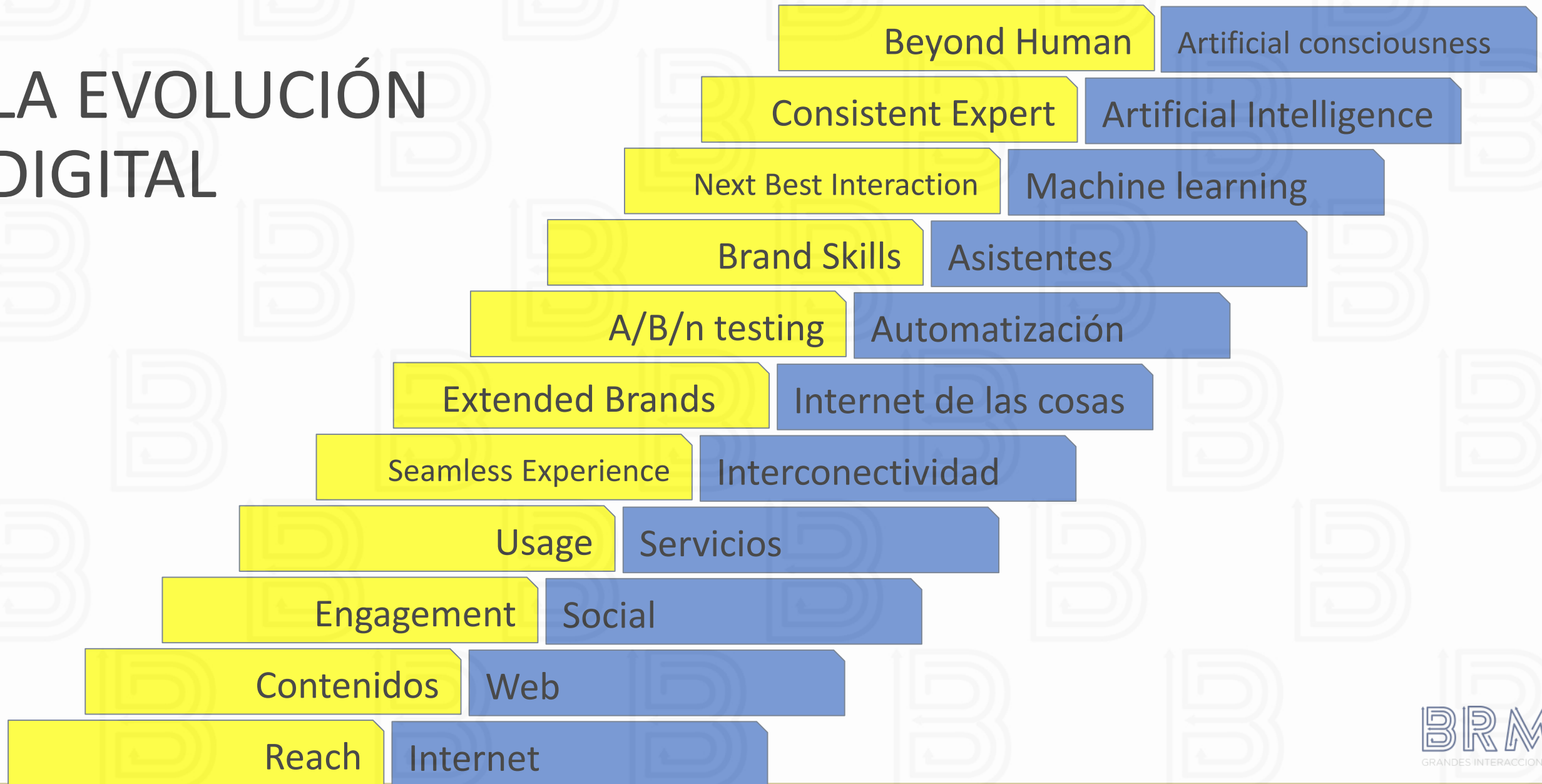
Budget?

Budget?

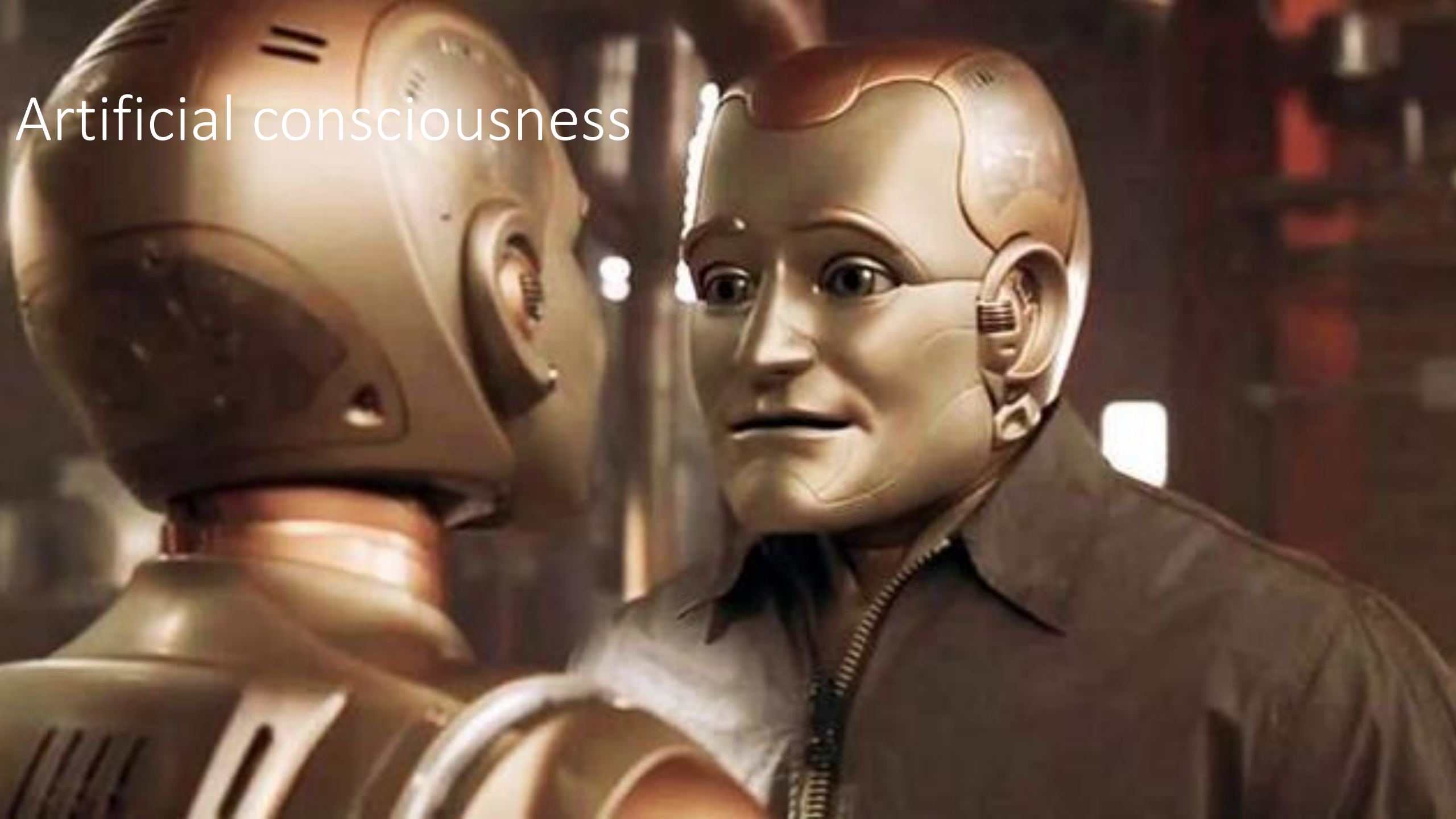
Market?

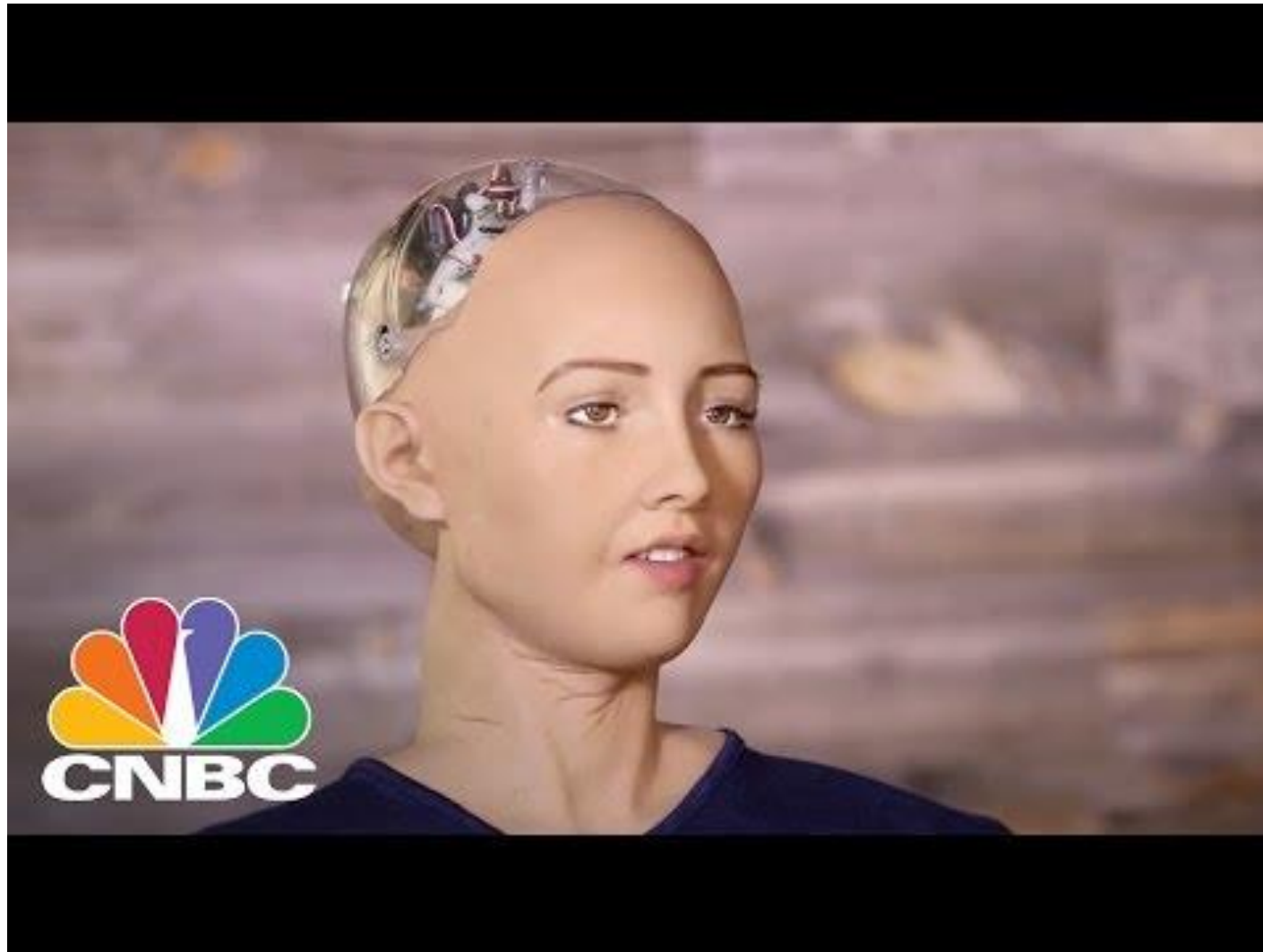
Market?

LA EVOLUCIÓN DIGITAL



Artificial consciousness





¿CUÁL ES
EL RETO?

**Capitalizar los micro momentos
mediante las tecnologías más
acordes a su negocio.**

2011

MOBILITY Urban Airship admob Loop mobile Localytics	MOBILE APPS Urban Airship MOBILEFRAME brightpress Kontagent	GAMING/FACEBOOK APPS gigya Badgeville BIGDOOR	CREATIVE TOOLS balsamiq Adobe MockFlow visual.ly	DIGITAL ASSET MANAGEMENT ThirdLight Canto WIDEN CELUM saepic		
DISPLAY AD MANAGEMENT bluekai brilig bizo exelate quontcast netmining	DISPLAY AD MANAGEMENT DataXu ADCHEMY TURN double click TRIGGIT MediaMath Microsoft Advertising XA.NET	E-COMMERCE shopify gsi commerce demandware Magento marketlive iCongo ZOOVY goecart hybris atg Digital River	PERSONALIZATION RapLeaf choice@stream	LOYALTY MANAGEMENT loyalty lab INCENTIVELOGIC RatePoint NextBee		
CREATIVE OPTIMIZATION AdReady TUMRI affinnova	VIDEO AD MANAGEMENT YuMedia adap.tv TubeMogul	VIRTUAL EVENTS UNISFAIR webex CITRIX virtual events 365	VIDEO CONTENT Kaltura o-o-y-a-l-a brightcove twistage	EVENT MANAGEMENT eventrite Acteva regonline cvent	CALL TRACKING calltracking ifbyphone mongoosemetrics	
SEARCH AD MANAGEMENT Marin acquisio ROGOOROO ClickEquations yieldsoftware Clickable KENSHOO WordStream	SEO TOOLS seo.moz.org conductor COVARIO BRIGHT EDGE RAVEN GinzaMetrics optify altruik BloomReach Wordtracker searchmetrics gShifts	CORE WEBSITE Autonomy sitecore SDU WebSphere Day OPEN TEXT Joomla FatWire Apache SOFTWARE Drupal Clickability	CUSTOM WEB APPS net MVC django amazon web services heroku git	MARKETING AUTOMATION ELOQUA pardot INFUSIONSOFT genius Manticore Marketo neolane demandbase ClickDimensions loopfuse	CRM ORACLE salesforce.com RIGHT NOW NETSUITE SAP Pega Microsoft Dynamics CDC Software SUGARCRM	
SOCIAL MEDIA AD MANAGEMENT Adaptly BLINQ MEDIA adTerror EfficientFrontier vurve epic social	SOCIAL MEDIA MARKETING MANAGEMENT lithium awareness kick Apps vocus vitruv Seismic ATTENTIVITY MessageMaker moxie synthesio elgg sprinklr hootsuite BuzzLabs	LANDING PAGES & MICROSITES ion INTERACTIVE unbounce OnDialog CrownPeak	BLOGS WordPress Zemanta SQUARESPACE COMPENDIUM tumblr	COMMUNITIES acqua NING jive telligent ingage mzinga	EMAIL MARKETING ExactTarget emma iContact silverPOP Constant Contact Datran Media Responsys MailChimp VerticalResponse Bronto	SALES AUTOMATION salesforce.com Steelwedge Sage SalesLogix
SOCIAL MEDIA ANALYTICS ListenLogic radian trackur VISIBLE SPROUTS SOCIAL Buzzient NETWORKED INSIGHTS	WEB ANALYTICS Core metrics visualiq Google spring CLIC TALE webtrends chartbeat crazyegg	WEB TESTING & OPTIMIZATION ion INTERACTIVE User Testing.com SITESPECT maxymiser Optimizely Wingify AMADESA	CUSTOMER ANALYTICS VERINT click2 FORESEE	BUSINESS INTELLIGENCE sas SPSS IBM birst pivotlink TERADATA hadoop tableau	CUSTOM DATABASES mongoDB PostgreSQL SQL Server ORACLE MySQL	
MULTI-CHANNEL MARKETING MANAGEMENT ACXIOM epsilon Experian PICA9 SIGNAL	INTEGRATED SUITES & ENTERPRISE MARKETING MANAGEMENT unica HubSpot action aprimo Adobe ALTERIAN	AGILE/PROJECT MANAGEMENT ATLASSIAN clarizen task huddle 37signals liquid PLANNER				

2012



2015

MARKETING OPERATIONS	Performance & Attribution	Dashboards/Visualization	Web & Mobile Analytics	BI, CI & Data Science
Audience & Market Data	Channel/Local Mktg	Asset & Resource Mgmt	Call Analytics/Management	Team & Project Mgmt
Interactive Content	Content Marketing	Creative & Design	Sales Enablement	Vendor Data/Analysis
Customer Experience/VoC	Loyalty/Referral/Gamification	Personalization & Chat	Testing & Optimization	Events & Webinars
Influencer Marketing	Social Media Marketing	Search & Social Ads	Communities & Reviews	Video Marketing & Ads
SEO	SEO	SEO	SEO	SEO

MIDDLEWARE	Data Management Platforms/Customer Data Platforms	Tag Management	Identity	Cloud Integration/ESBs	APIs
-------------------	--	-----------------------	-----------------	-------------------------------	-------------

BACKBONE PLATFORMS	Platform/Suite	CRM	Marketing Automation/Campaign & Lead Mgmt	Web Content/Experience Management	E-commerce
---------------------------	-----------------------	------------	--	--	-------------------

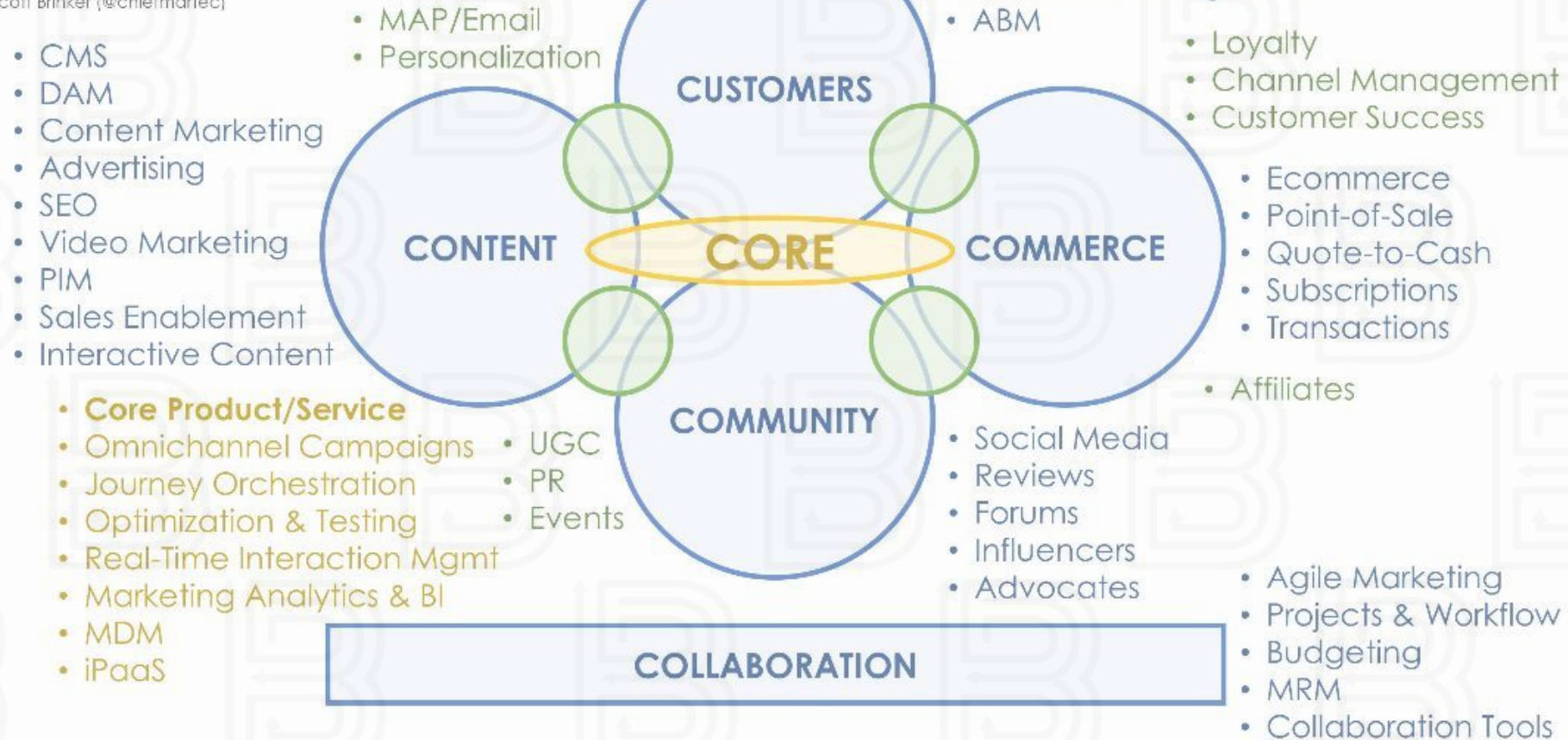
INFRA-STRUCTURE	Databases & Big Data	Cloud/IaaS/PaaS	Mobile App Dev & Marketing	Web Dev	Marketing Environment
------------------------	---------------------------------	------------------------	---------------------------------------	----------------	------------------------------

2017

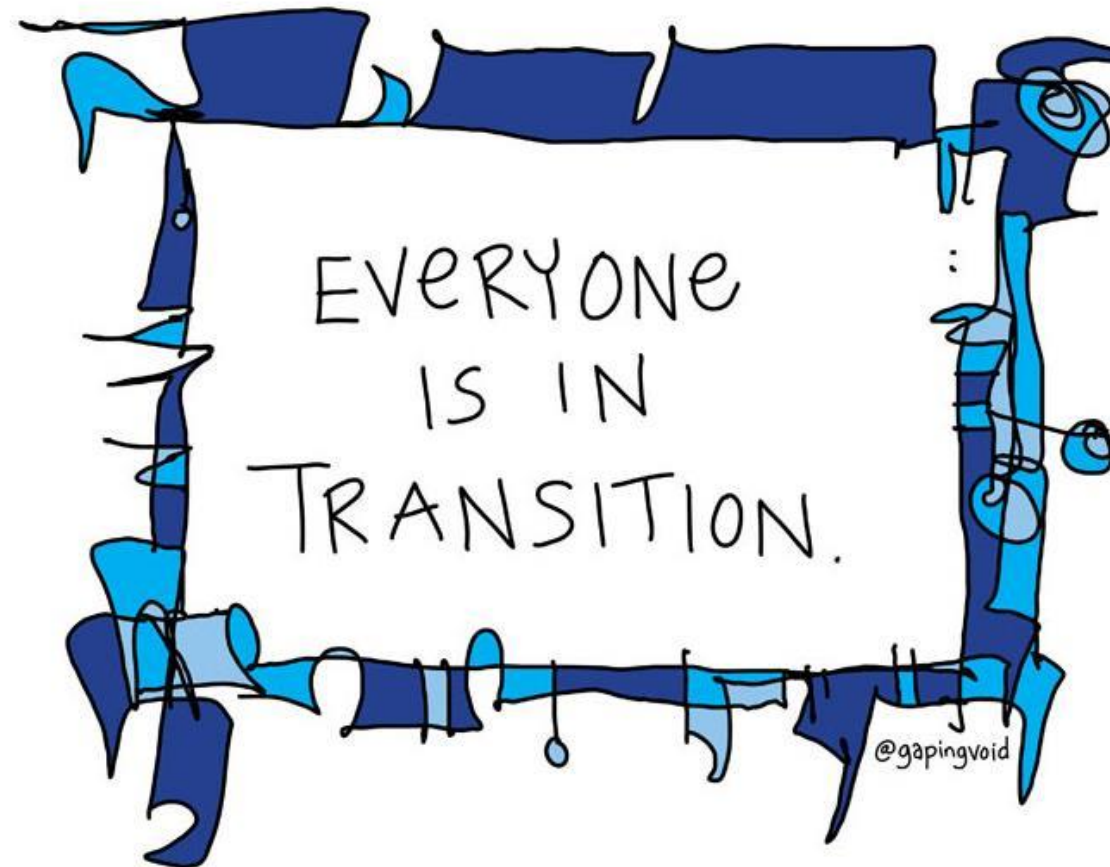
6 C's Model DRAFT^{v3}

for the organizational structure of marketing technology

Scott Brinker (@chiefmartec)



No entren en pánico. ¡Es orgánico!



SI QUIERES

IR RÁPIDO

CAMINA SOLO,

SI QUIERES

LLEGAR LEJOS

VE ACOMPAÑADO.

proverbio africano

velos de faltas





GRANDES INTERACCIONES

Fortalecer las relaciones de las marcas
con el mundo que las rodea.

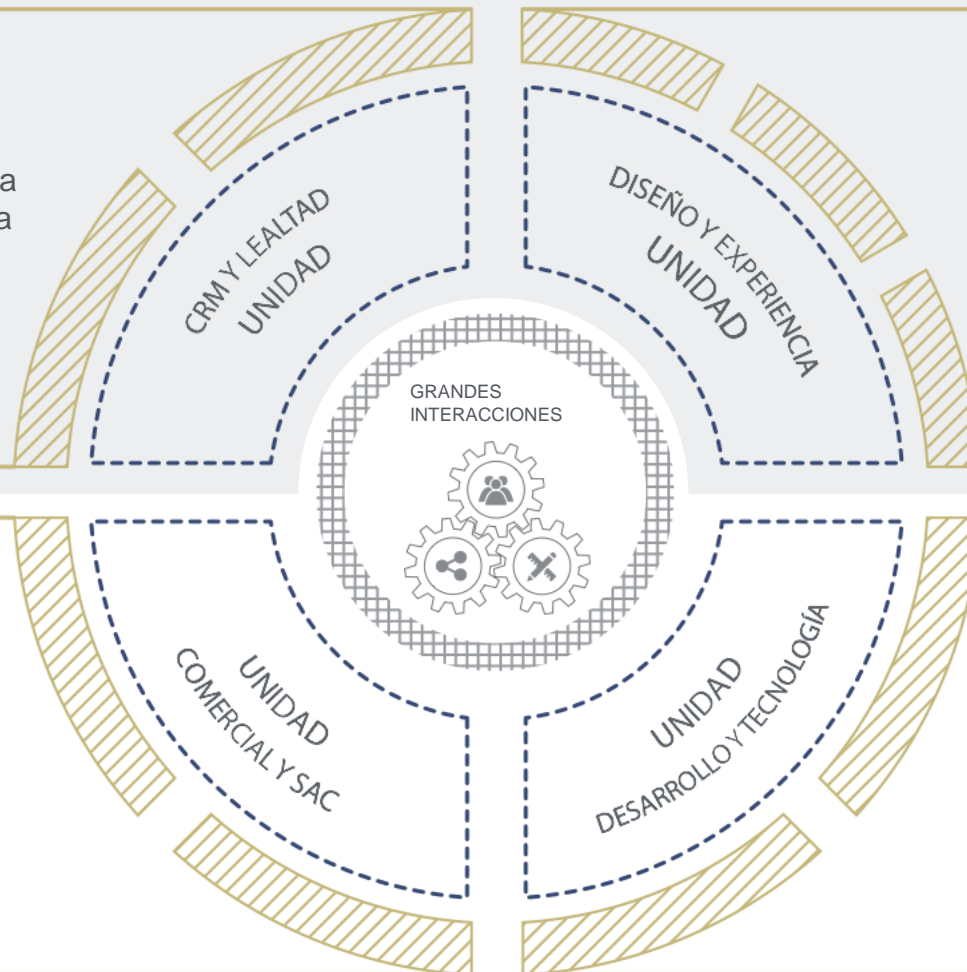
Ayudamos a unir tecnología y talento humano
para crear relaciones relevantes.

PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Es nuestro deber entender a nuestros clientes y sus usuarios; como conciben el mundo y qué es significativo para ellos.

CREACIÓN

Definir la visión de los clientes y alinearla a las actividades y criterios de la marca para crear mejores experiencias y obtener clientes más leales.



Actuar en la intersección entre la investigación, el diseño, la estrategia y el contenido para crear una base sólida al momento de crear Grandes Interacciones para sus productos y servicios.

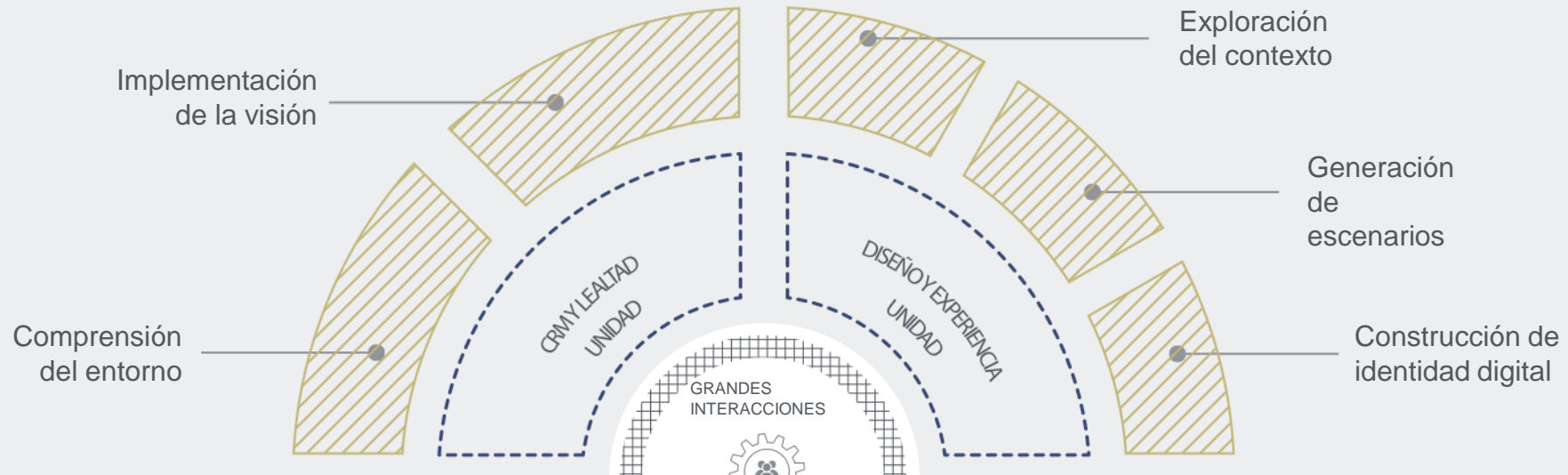
EJECUCIÓN

Elaborar estrategias comerciales y digitales de alto impacto y outsourcing de servicio al cliente para ser el mejor partner estratégico de tu empresa.

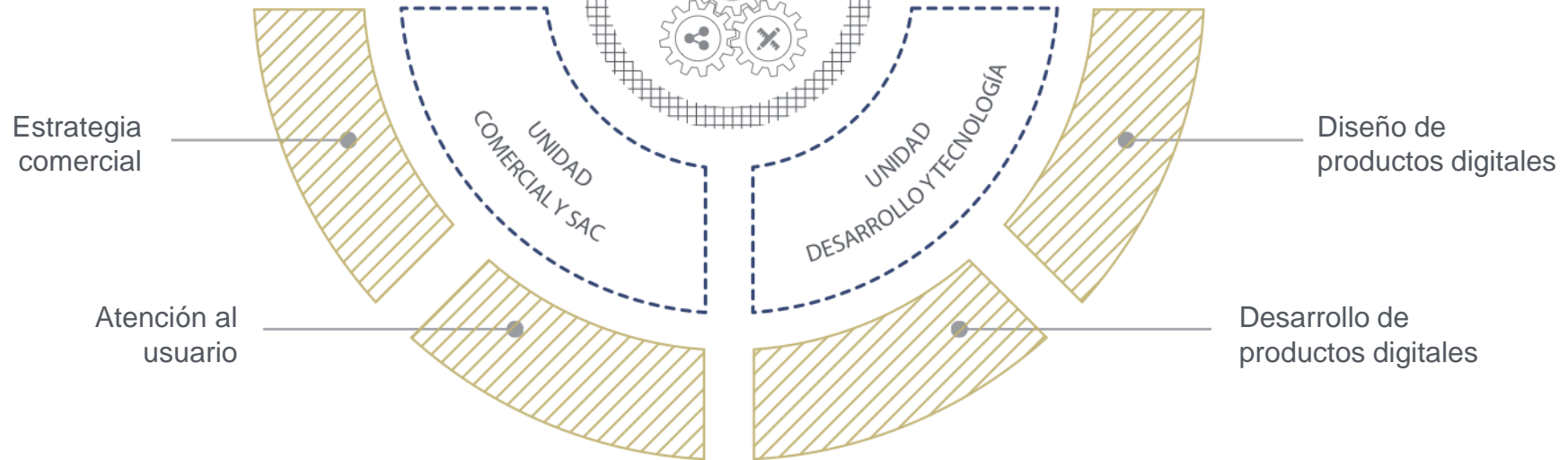
Impulsar a las marcas a mantenerse relevantes a través de la comunicación y el desarrollo tecnológico de los productos y servicios.

PORTAFOLIO DE SERVICIOS

CREACIÓN



EJECUCIÓN





Jhon Calderon Steppa
Gerente de Cuenta
Jhon.calderon@brm.com.co
www.brm.com.co
Bogotá - Colombia

Carrera 19b No. 85-25 tel. (571) 742 2600 ext 1123 / cel (57) 321 3194568

Gracias



The background features abstract blue geometric patterns. On the left, there are concentric, rounded shapes resembling a stylized 'D' or 'C' with an arrow pointing left. On the right, there are nested L-shaped lines with an arrow pointing up. In the bottom right corner, the letters 'BRM' are rendered in a white, stylized, outlined font. Each letter contains small white arrows indicating a clockwise or counter-clockwise direction of movement or flow.

BRM

GRANDES INTERACCIONES