

Carlos
Jiménez



Conferencias

Catálogo

Podcast

Asistentes
digitales

Smart
Watch

Fuente: El Consumidor Digital 2019. Tendencias Digitales

www.carlosjimenez.info



Acercas de las conferencias

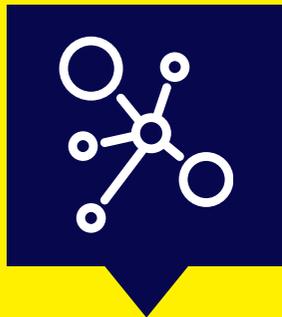
Mis conferencias están orientadas a ofrecer un panorama actualizado de la **situación del mercado y las tendencias futuras**, pero también a la **identificación de oportunidades de negocio** y el **diseño de las estrategias** para su aprovechamiento.

COMPONENTES DE MIS CONFERENCIAS

Fundamentadas en datos y en un profundo conocimiento del mercado latinoamericano y del entorno digital, en mis conferencias incorporo, además de recomendaciones accionables, el concepto de “utilidad” de las marcas como un valor diferenciador para competir en un entorno VUCA y conectar con consumidores cada vez más exigentes.



Datos



Análisis



Visión
estratégica



Acciones

3

Áreas que cubren necesidades específicas de las empresas

Tendencias

Para conocer
el mercado



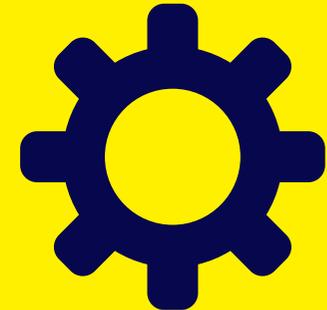
Negocios

Para detectar
oportunidades



Estrategias

Para trazar
rutas de acción



CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LAS TENDENCIAS

Conferencias para desarrollar inteligencia contextual, presentando los principales cambios en el mercado y en el comportamiento de los consumidores.



Conferencia: Tendencias del mercado y oportunidades de negocio

La pandemia del Covid-19 ha impactado considerablemente la vida de las personas, generando consecuencias devastadoras para muchas empresas, pero también asomando oportunidades de negocios para el nuevo normal. En esta conferencia y con base en estudios realizados por Tendencias Digitales, hablo del impacto que ha tenido el Covid-19 en la población de América Latina y cómo se espera que afecte las tendencias del mercado post pandemia.

Contenido:

- Impacto del Covid-19 en el consumidor: de los bolsillos al corazón.
- Las marcas en medio del Covid-19.
- Comportamientos emergentes durante la pandemia. ¿Cómo afecta el Covid-19 las tendencias del mercado?

Conferencia: La nueva normalidad y los retos para las empresas

En esta conferencia hablo de las últimas tendencias de mercado y la opinión de los consumidores, partiendo del estudio El Consumidor Digital Latinoamericano, realizado por Tendencias Digitales. La primera ola del estudio indagó acerca del impacto del Covid-19 en los consumidores, pero esta segunda ola se centra en la nueva normalidad, cómo ve el propio consumidor su situación post pandemia y qué implicaciones y retos tiene esto para las marcas.

Contenido:

- Preferencias esperadas de los consumidores post Covid-19.
- Retos de la nueva normalidad para las empresas.
- El rol de la tecnología en las tendencias post pandemia.
- Oportunidades de negocio en la nueva normalidad.

Conferencia: El nuevo marketing y sus tendencias

El comportamiento de los consumidores cambia de forma abrupta y las nuevas generaciones se mueven por un paradigma distinto al que las marcas están acostumbradas. La proliferación de plataformas y medios ha reducido drásticamente la atención de los consumidores y, como consecuencia, las posibilidades para las marcas. En esta conferencia te recuerdo la esencia del marketing que, a pesar de los cambios, sigue siendo la misma. Pero también analizo cómo la tecnología ha hecho que el marketing se acerque más a una ciencia que a un arte.

Contenido:

- ¿Qué es realmente el marketing?
- Lo que ya sabemos y todavía nos sirve.
- El nuevo paradigma del marketing.
- Las tecnologías que impactan al marketing.
- “Lo digital realza lo humano”: y cómo humanizamos la marca.
- Tendencias del marketing.

Conferencia: Tendencias Digitales en Latinoamérica

Con base en las investigaciones de mercado realizadas por Tendencias Digitales en Latinoamérica, Te ofrezco en esta conferencia un panorama de internet describiendo los principales cambios observados en el uso de internet en la región. En la conferencia analizo el rol de internet como medio y como mercado y presento una revisión de las tendencias digitales que caracterizan el mundo digital en Latinoamérica permitiendo identificar oportunidades para las empresas. La conferencia se puede customizar de acuerdo al país y sector de actividad de tu negocio.

Contenido:

- Penetración de internet en Latinoamérica
- Principales usos de internet, así como usos emergentes
- Dispositivos preferidos para usos determinados
- Plataformas sociales más populares en la región y perfil de sus audiencias
- Penetración del ecommerce y principales barreras

Conferencia: 15 cosas que sabemos del consumidor latinoamericano

En esta conferencia te presento 15 comportamientos clave de los consumidores que se han visto impactados por la pandemia, con datos obtenidos a través de mis investigaciones y los estudios realizados por Tendencias Digitales en América Latina. Este análisis permitirá a las marcas que desean competir con éxito en el mercado actual actualizar sus conocimientos acerca de los consumidores y ajustar su propuesta de valor para atenderlos y conectar mejor con ellos.

Contenido:

- 15 comportamientos de los consumidores actuales
- Datos que sustentan los comportamientos
- Tendencias del mercado asociadas a los mismos.

Conferencia: El consumidor del futuro

Estudiar los cambios en el comportamiento e incluso visualizar al consumidor del futuro es una práctica que permite que las empresas se preparen mejor, para atender las necesidades de ese consumidor y para competir con éxito en el mercado mediante una oferta diferenciada. En esta conferencia, Carlos Jiménez ofrece una visión acerca del consumidor del futuro, empezando por definir cuándo es el futuro para lo que emplea un horizonte de 5-15 años, es decir, el futuro será entre el año 2025 y 2035. Si bien la ciencia ficción definió el futuro empíricamente en períodos más largos, entre 25 y 100 años, la velocidad de adopción de las tecnologías ha aumentado y, además, para los fines de las empresas se necesita una proyección más realista, y no un futuro demasiado "futurístico" y poco práctico.

Contenido:

- Caracterización del entorno del consumidor del futuro.
- Comportamiento del consumidor del futuro.
- Consumo de medios y relación con las marcas.
- Recomendaciones para el presente (para prepararse para el futuro).

CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LOS NEGOCIOS

Conferencias para apoyar la identificación de oportunidades y el diseño de modelos de negocio para ganar en el mercado.



Conferencia: Estrategias para competir en el mercado actual

La crisis del covid-19 ha impactado considerablemente a las empresas, no solamente por las consecuencias evidentes de la crisis de salud sino por sus consecuencias para la economía. En esta conferencia analizo el contexto actual de los negocios, algunos de los principales cambios que ha traído la pandemia y cuáles son los retos y las principales estrategias de respuesta presentando algunos lineamientos para formular una estrategia digital, ya que la crisis del Covid-19 ha dejado en evidencia que lo digital no es una opción.

Contenido:

- El contexto actual de los negocios.
- Principales problemas y retos que enfrentan las empresas.
- Estrategias para competir en el mercado actual.
- Lineamientos para formular una estrategia digital.

Conferencia: 7 Estrategias para el crecimiento de tu negocio

Aunque el mercado esté en crisis, las oportunidades existen. Incluso, en tu propia base de clientes puede estar la gallina de los huevos de oro. O por qué no, tu competidor puede ser tu gran aliado. En esta conferencia te enseñaré las estrategias más populares para el crecimiento de las empresas, lo cual te ayudará a diseñar mejores estrategias de negocio.

Contenido:

- El contexto de los negocios en el 2021.
- Principales estrategias para aumentar tus ventas.
- Penetrar el mercado versus internacionalización.
- Diversificación de clientes y productos.
- Medios digitales para apoyar el crecimiento.

Conferencia: Marketing y ventas multigeneracionales

Esta conferencia ha sido dictada en ocho países de la región, Estados Unidos y España, habiendo sido presenciada por más de 12.000 espectadores en vivo. En ella te ofrezco una visión completa de las diferentes generaciones y su relación con las marcas, permitiendo no solamente desmitificar muchas creencias falsas acerca de los llamados Millennials y Gen-Zers, sino además identificar las principales diferencias entre las distintas generaciones de forma de diseñar estrategias de negocio e iniciativas de marketing que realmente conecten con los consumidores.

Contenido:

- 4 preguntas para conocer las distintas generaciones.
- Relación de las generaciones con las marcas.
- Los medios electrónicos en cada generación.
- Lineamientos para el marketing multi-generacional.

Conferencia: El Cliente como centro de la propuesta de valor

Una de las consecuencias del bajo crecimiento o recesión económica de muchos de nuestros mercados es el aumento de la rivalidad de la competencia. Tener éxito en el mercado es cada vez más difícil y para ello es clave conocer muy bien a nuestros clientes para ofrecer valor diferenciado que se traduzca en ventas para nuestro negocio. En esta conferencia hablo de la propuesta de valor centrada en el cliente y su importancia para competir en el mercado actual.

Contenido:

- Que es una propuesta de valor.
- Diferencia con otros conceptos (ventaja competitiva, sales speech, etc.)
- Por qué tu empresa necesita una propuesta de valor
- Tipos de propuestas de valor.
- Ejemplos de propuestas de valor ganadoras.

Conferencia: Negocios en internet: convirtiendo visitantes en clientes leales

Competir con éxito en los mercados actuales exige que las empresa sepan cómo utilizar los medios electrónicos, pero sobre todo que tengan una comprensión integral de los mismos y qué particularidades hay que tomar en cuenta dependiendo de los objetivos de negocio, el sector de actividad y las características de la audiencia. En esta conferencia Carlos Jiménez se basa en los conceptos de su libro Clientes Globales para ofrecer una visión completa acerca de los principales elementos que deben considerarse a la hora de diseñar una estrategia digital para el negocio, paseándose por las propiedades digitales, el SEO, la publicidad interactiva y los medios sociales.

Contenido:

- Evolución de los medios electrónicos y su impacto en los procesos de decisión de compra de los consumidores.
- Definiciones clave del marketing digital
- Propiedades digitales, SEO y metas de conversión
- Publicidad interactiva: aspectos clave y tendencias.
- Mejores prácticas de medios sociales y tendencias

Conferencia: Cómo venderle al nuevo consumidor

En esta conferencia presento siete estrategias para vender en un contexto caótico como el actual, producto de la crisis del covid-19 y el entorno local. Estas recomendaciones se fundamentan en un estudio detallado de los cambios experimentados en el comportamiento de los clientes y sus expectativas, que fue actualizado durante la pandemia. En la conferencia analizo el contexto actual de los negocios, algunos de los principales cambios que ha traído la pandemia y cuáles son los retos y las principales estrategias para venderle al nuevo cliente.

Contenido:

- El contexto actual de los negocios
- Principales problemas y retos que enfrentan las empresas
- 7 estrategias para venderle al nuevo cliente

Conferencia: Conviértete en una marca auténtica

En esta conferencia, analizo la importancia creciente que los consumidores le dan a las marcas auténticas, empezando por definir el concepto y los atributos clave que lo componen. Ser una marca auténtica es una tendencia impulsada por los consumidores y que ofrece múltiples ventajas para las marcas que son percibidas como tales. Pero la autenticidad es otorgada por los consumidores y clientes y no es producto de una estrategia de marketing, aunque el marketing sí puede hacer algunas cosas para convertir a la marca en una marca auténtica. Son estas acciones precisamente las que conforman los 5 secretos para conectar mejor con tus clientes que te comparto en esta conferencia.

Contenido:

- Qué son las marcas auténticas: definición y atributos que las describen.
- Marcas más auténticas en el mundo y América Latina.
- La importancia de la autenticidad para las marcas.
- Marketing y marcas auténticas.
- 5 secretos para conectar mejor con tus clientes.

Conferencia: Creando experiencias con los consumidores

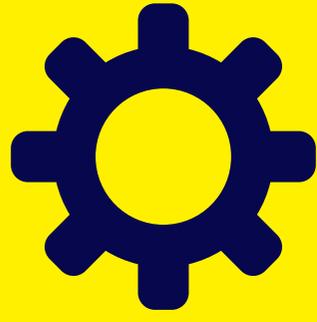
La búsqueda de experiencias por parte de los consumidores ha sido una tendencia característica del mercado global durante los últimos años, y las compañías están aprendiendo que las experiencias memorables se traducen en beneficios concretos para sus negocios. Estudios de mercado muestran cómo los clientes que tienen buenas experiencias con empresas, se muestran más propensos a comprar sus productos o servicios nuevamente. En esta conferencia, defino el CXM, aportando ejemplos y recomendaciones prácticas de aplicación que permitan diseñar experiencias para satisfacer y exceder las expectativas de los clientes y de esta forma incrementar su satisfacción, lealtad y defensa.

Contenido:

- Definición de CXM.
- Experiencias con los consumidores en las tendencias del mercado global.
- Beneficios de CX para las empresas.
- Ideas para generar experiencias con los clientes.
- La pirámide de la CX y la importancia de la identificación de las necesidades.
- Aspectos clave en el CXM.

CONFERENCIAS RELACIONADAS CON ESTRATEGIAS

Conferencias para favorecer el diseño de estrategias de negocio y el desarrollo de pensamiento estratégico en la organización.



Conferencia: Llegó la hora de la transformación digital

Con base a las características de los mercados actuales, la transformación digital se ha convertido en un imperativo competitivo, por lo cual hoy nos encontramos necesariamente con dos tipos de empresas: los llamados pure players o empresas que surgen de internet y, por lo tanto, emplean la tecnología en sus procesos y, un segundo tipo de empresas: las que necesariamente deben asumir una transformación digital. Esta conferencia está dirigida a aquellas empresas que desean comprender la transformación digital y orientar sus procesos de cambio.

Contenido:

- Características de los mercados competitivos actuales y el impacto de la tecnología en los negocios.
- Principales tendencias del mercado global y oportunidades para la transformación digital.
- La empresa digital: mitos y realidades.
- Iniciativas clave en los procesos de transformación digital.
- Características claves del líder digital y competencias clave.
- Sugerencias prácticas para abordar la transformación digital.

Conferencia: Estrategias Digitales para la Nueva Normalidad

La crisis del Covid-19 ha dejado en evidencia que lo digital no es una opción. Ya veníamos indicando que hoy todas las empresas son digitales, quieran o no, pero la pandemia le otorga una mayor relevancia a lo digital. En esta conferencia hablaré de los principios clave para formular una estrategia digital para la empresa, lo que sin duda permitirá acortar la curva de aprendizaje para aquellas compañías que no habían adelantado esta tarea. Pero también conversaré acerca de los ajustes necesarios en las estrategias digitales que funcionaban hasta que apareciera el Covid-19.

Contenido:

- Aproximación a una estrategia digital: clientes, negocio y herramientas.
- El cliente es lo primero, ¿y qué está pasando con el cliente?
- Adaptación de la propuesta de valor a la nueva normalidad.
- Creación de experiencias digitales y humanización de las interacciones.
- La economía de las plataformas y nuevos modelos de negocios.

Conferencia: Modelos de Negocios Digitales

En esta conferencia presento los modelos de negocios digitales más populares y algunos frameworks para que puedas diseñar o evaluar tu propio modelo de negocios. Un modelo de negocios indica cómo la empresa va a crear valor y por ende va a monetizar. En la práctica, permite definir con claridad qué se va a ofrecer al mercado, cómo se va a hacer, a quién se le va a vender, cómo se va a vender y de qué forma se van a generar los ingresos.

Contenido:

- Qué es un modelo de negocios.
- Frameworks para diseñar un modelo de negocios digital.
- Principios de la economía de las plataformas y el efecto network.
- Modelos de negocios digitales populares.
- Recomendaciones para diseñar un modelo de negocios digital.

Conferencia: Potenciando las ventas con el ecommerce

La crisis del Covid-19 ha dejado en evidencia la importancia de los medios digitales y ha promovido la llamada economía de las plataformas, que ahora también es una economía con mínimo contacto personal. No estamos diciendo en lo absoluto que cuando se vuelva a la "nueva normalidad" no se volverá a las tiendas y centros comerciales, pero sin duda el ecommerce habrá ganado un importante espacio. En este Webinar presento algunas recomendaciones para que tu empresa se aproxime a esta modalidad de negocios.

Contenido:

- Pregunta clave antes de emprender una iniciativa de ecommerce.
- Tres modelos alternativos para hacer ecommerce.
- 7 Pasos para vender con éxito en internet.
- Mejores prácticas del comercio electrónico.
- Marketing de mi negocio online.

Conferencia: Compitiendo en un mundo omnicanal

Tener una tienda física y su equivalente online no es suficiente. Incluso, una modalidad "transcanal", donde se atiende al mismo cliente en diversos canales gestionados de forma separada, puede generar fricciones que resulten en una mala experiencia para los clientes. En la práctica, está bien comenzar en el ecommerce paso a paso, pero definitivamente la empresa deberá atender los nuevos retos que esa transcanalidad le trae y diseñar una estrategia omnicanal que le permita no solamente ofrecer una experiencia unificada sino experiencias memorables.

Contenido:

- El crecimiento del comercio electrónico en pandemia.
- Factores clave en el comportamiento del shopper actual.
- Curva de valor e innovación en el nuevo retail.
- Principales modalidades omnicanales.
- Las características de las tiendas del futuro.

Conferencia: Estrategia de captación de leads en medios digitales

Para muchas empresas, conformar una lista de clientes potenciales es clave. Imagínate la importancia que esto tiene para un vendedor de seguros, un banco o un agente inmobiliario. La verdad es que una lista de clientes potenciales es útil para todos. Esta meta empieza con algo que parece sencillo, pero que no siempre lo es: conseguir los datos de contacto de la persona. Ese contacto es lo que denominamos en marketing un lead. En esta conferencia explico la importancia de desarrollar una estrategia de captación de leads y algunas de las técnicas más efectivas para lograr con éxito este paso del proceso de venta.

Contenido:

- Definición de lead y su importancia en el proceso de ventas.
- Calificación de leads
- Estrategias de captación de leadas.
- Nutrición de leads.

Conferencia: Social selling: el poder de los medios sociales

El apoyo en las redes sociales para la gestión de ventas involucra diversas actividades, entre las cuales se encuentran: generación de tráfico y captación de leads, construcción y reputación de marca, apoyo en el proceso de compra, entre otros. Al conjunto de estas actividades se le ha denominado social selling. Se trata de utilizar los medios sociales para atraer la atención de potenciales clientes, desarrollar relaciones, generar confianza, apoyar a los clientes potenciales en su proceso de compra y cerrar más negocios. En esta conferencia presento los principios del social selling (audiencias, objetivos digitales, plataformas, embudo de conversión) y partiendo de una visión del ecosistema digital, aprenderás a apoyarte en los medios sociales para potenciar tus ventas.

Contenido:

- Requisitos para el social selling: definición de objetivos, buyer persona, propuesta de valor, story brand, etc.
- Estrategia de content marketing y otras estrategias de generación de tráfico.
- Estrategias de captación y nutrición de leads en medios sociales
- El rol de los medios sociales en el proceso de ventas
- Herramientas digitales para el social selling
- Recomendaciones prácticas.

CONDICIONES ADMINISTRATIVAS

Condiciones:

- Cada conferencia tiene una duración entre 45 y 60 minutos, previo acuerdo con el cliente.
- Cualquiera de estas conferencias puede ser customizada para que atienda a los objetivos del cliente y también se pueden combinar de acuerdo a temas de interés.
- Los honorarios establecidos para cada conferencia no incluyen la plataforma tecnológica para transmitir la conferencia en caso de ser online, viáticos o transporte en caso de ser presencial, ni los impuestos y/o comisiones bancarias.
- La forma de pago es de 100% al aprobar el presupuesto, para reservar la fecha de la conferencia.
- La validez de la presente propuesta es 7 días contados a partir de la fecha de entrega. Luego de esta fecha las condiciones de esta propuesta deberán ser confirmadas.
- De haber un cambio en los términos establecidos en este documento, esta propuesta podría verse modificada en cuanto a precio, tiempo de ejecución o disponibilidad de agenda.
- Para otros temas puede visitar <https://www.carlosjimenez.info/conferencias/> o escribir a hola@carlosjimenez.info

¡CONÉCTATE CONMIGO!

Email

hola@carlosjimenez.net

WhatsApp

+1 305 467-3076

Web

www.carlosjimenez.net