



# Marketing 2019: Señales B2B

Milena Oliveira  
Gerente General, 3M Cono Sur

Ya no existe B2B o B2C...

**Es Human  
to human,  
H2H**



# El cambio de H2H es una realidad

El cliente de hoy....



## HIPER-CONECTADO

Domina **LA TECNOLOGÍA**

Convive con **MÚLTIPLES PLATAFORMAS** al mismo tiempo

Es influenciado por las **REDES SOCIALES**

Interpreta y busca **INFORMACIÓN RELEVANTE**

Fuente: Llorente & Cuenca, Forrester, Bryan Kramer

# Siendo relevantes: dónde, cuándo y cómo el cliente quiere

## B2B comprador...

- 80%** De la decisión de compra se toma antes de visita de ventas
- 80%** Busca un referente entre sus redes de contacto
- 52%** Prefiere buscar información online
- 70%** Usa redes sociales para investigar productos
- 60%** Dice que puede comprar basado solo en contenido digital.



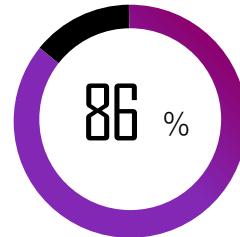
# B2B está en una encrucijada: La transformación es el único camino

II

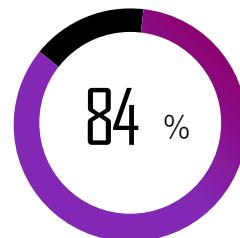
El promedio de vida de las  
compañías se acorta.

Empresas de S&P 500 en  
1935, tenían un ciclo de  
90 años. Hoy son 18.

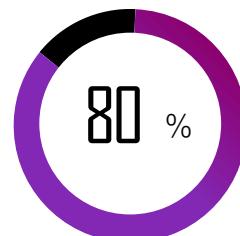
Dominic Barton, McKinsey & Co



Compañías de alto crecimiento usan **data y analytics** para mayor impacto del marketing



Compañías del alto crecimiento reconocen la importancia estratégica de **canales digitales**



Compañías de alto crecimiento proveen una **experiencia consistente multicanal del consumidor**

# Transformar marketing

Organizar el equipo de marketing para el crecimiento y construir capacidades de marketing 'modernas'



Pensar

Con fuertes  
capacidades  
analíticas



Sentir

Enfocado en  
comunidades  
centradas en el  
cliente

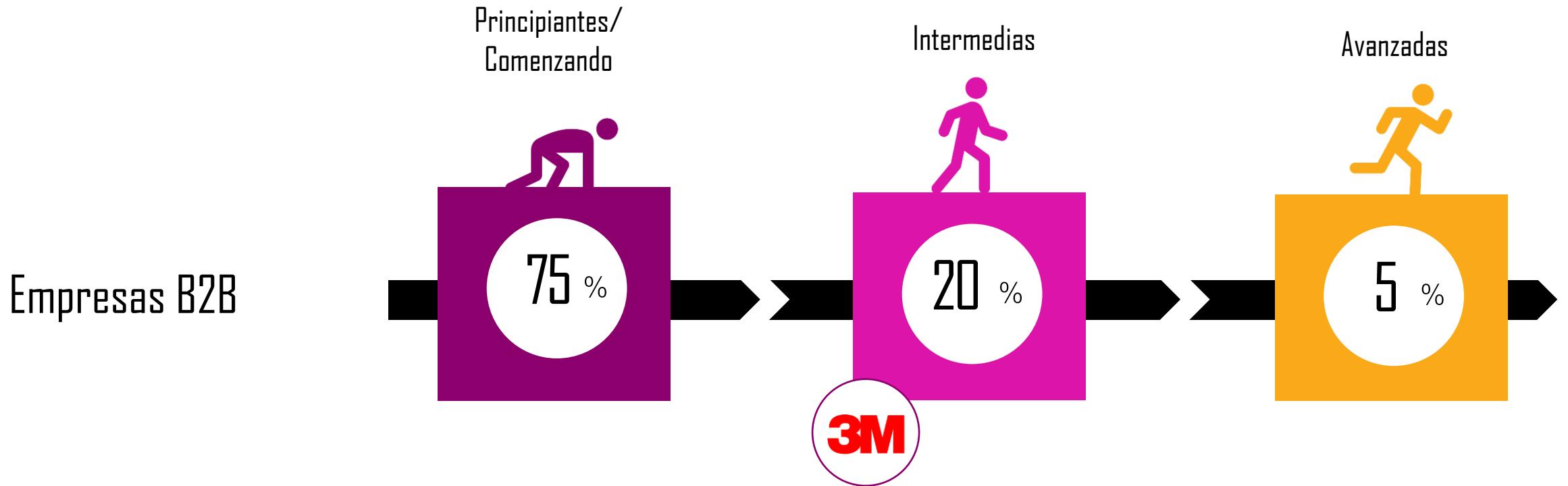


Hacer

Especializados en  
desarrollo de  
contenidos

Pasar de los silos a una organización altamente integrada

# B2B marketing: Segmentación de madurez de innovación en marketing



Fuente: Forrester

# Ganando experiencia en el campo de batalla

71% dice que los clientes quieren experiencias B2C (acortar tiempos de respuesta, disponibilidad 24/7)

**49% de las organizaciones B2B dicen que fallan en la experiencia**

## Marca

Cumplir los objetivos de marca y de negocios



## Cliente

Cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes

## Engagement

La creación de una experiencia relevante interseca con la marca, la industria y clientes

## Industria

Tendencias de la industria

# Evolución del marketing



Marketing 'moderno.'

Desarrollar capacidades de  
marketing para generar  
crecimiento.

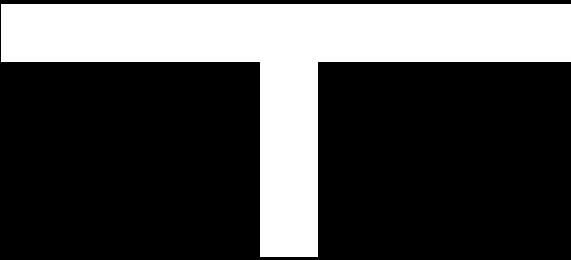


# Acelerando el desarrollo de marketing

**Foco en áreas para construir una organización de marketing de excelencia:**

- **Fundacional**
- **Transformacional**
- **Especializado**

**T-shaped marketers**



## LEAN & SHARE



Cortos y relevantes  
Construir awareness  
Compartir best practices

## E-LEARN



Desarrollar capacidades de marketing modernas (digital, investigación, etc)

## MPE



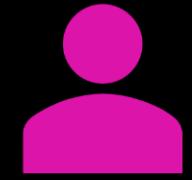
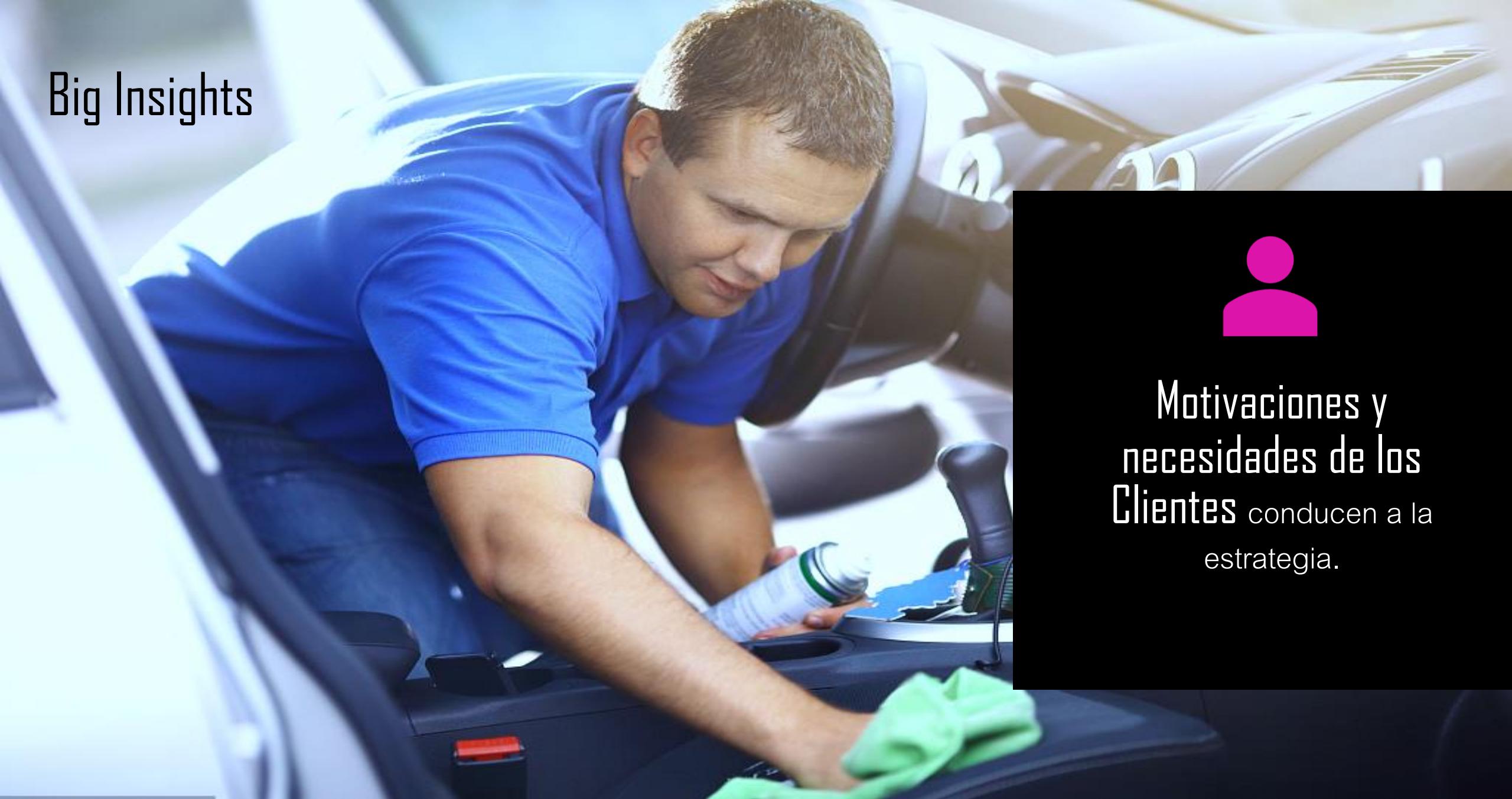
Entrenamiento y educación  
Construir programas robustos de crecimiento

## WORKSHOP



Desarrollo de habilidades  
Coaching y entrenamiento  
Journeys y personas

# Big Insights



Motivaciones y  
necesidades de los  
**Ci**entes conducen a la  
estrategia.

# Construyendo diálogo entre consumidores, pares y la empresa

[Ask Question](#)[Home](#)[Boards](#)[Tags](#)[Register](#)[Log In](#)[Ask Question](#)[Search Questions](#)[Popular Questions](#)

[Adhesive tape leaves no residue after being removed from article](#)

1 Answer | 0 Votes

[Permanent rubber repair](#)

1 Answer | 0 Votes

[Bonding Polytetrafluoroethylene](#)

1 Answer | 0 Votes

[Nylon to Aluminum](#)

1 Answer | 0 Votes

[I'm applying a decorative laminate over particle board using a contact adhesive. Occasionally, I get areas of delamination or bubbles. How can I reduce the risks of this delamination?](#)

1 Answer | 0 Votes

## 3M Industrial Community

Use this forum to ask us how our wide range of bonding products can improve product design and make assembly processes more efficient.

[Search](#)

J

[Adhesive tape leaves no residue after being removed from article](#)

1

ans

② 139 views → John Merchant Changed status to publish November 29, 2018 Masking

J

[Permanent rubber repair](#)

1

ans

② 233 views → John Merchant Changed status to publish November 20, 2018 Bonding and Assembly

KF

[Bonding Polytetrafluoroethylene](#)

1

ans

② 196 views → John Merchant Changed status to publish November 19, 2018 Bonding and Assembly

T

[Nylon to Aluminum](#)

1

ans

② 432 views → John Merchant Changed status to publish October 24, 2018 Bonding and Assembly



## Bonding FAQs ▶

### Popular Boards

[Bonding and Assembly](#)

20 Questions

[Water Intrusion](#)

5 Questions

[Packaging](#)

2 Questions

[Masking](#)

1 Question

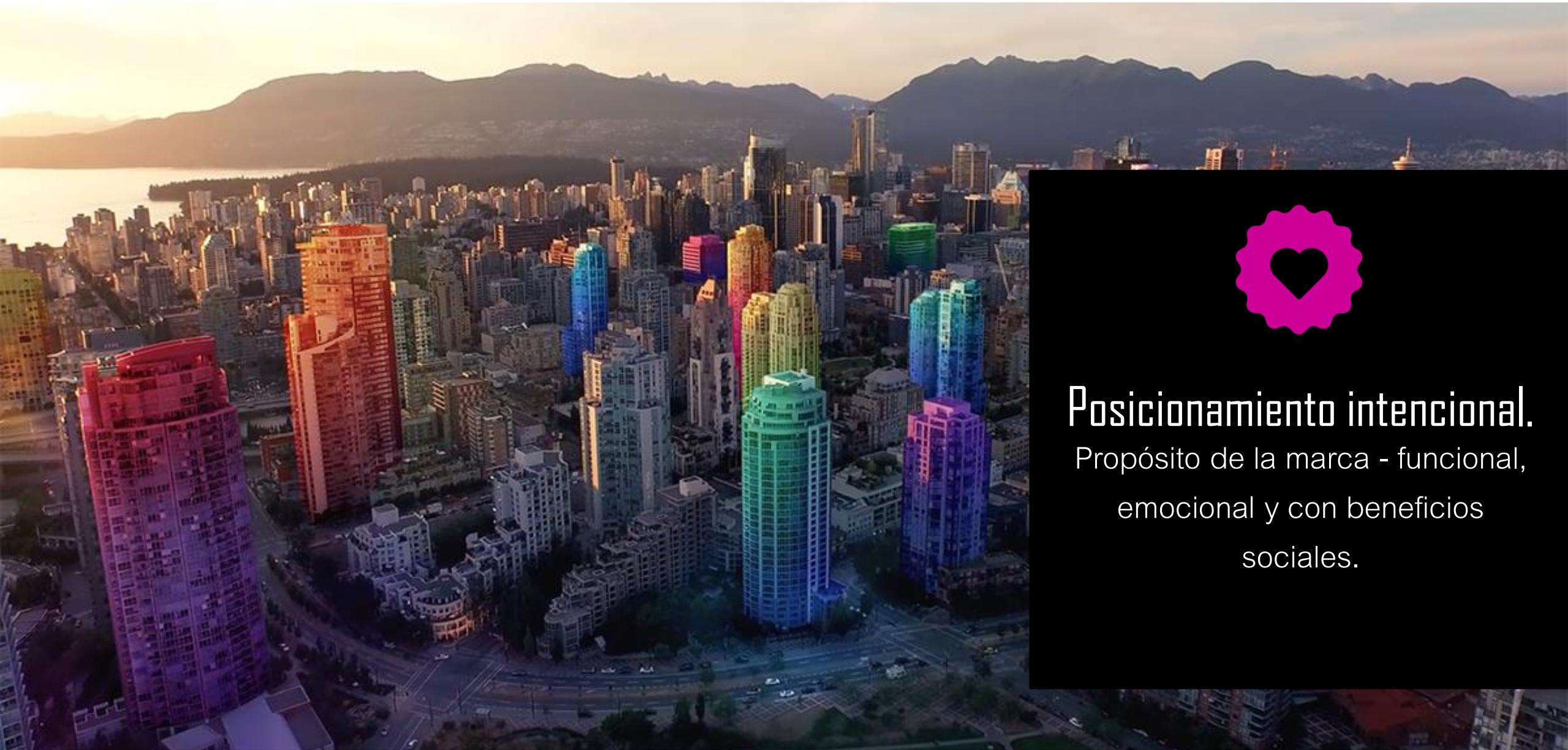
[Product Use and Dispensing](#)

1 Question

[General](#)

0 Questions

# Posicionamiento de marca



## Posicionamiento intencional.

Propósito de la marca - funcional,  
emocional y con beneficios  
sociales.

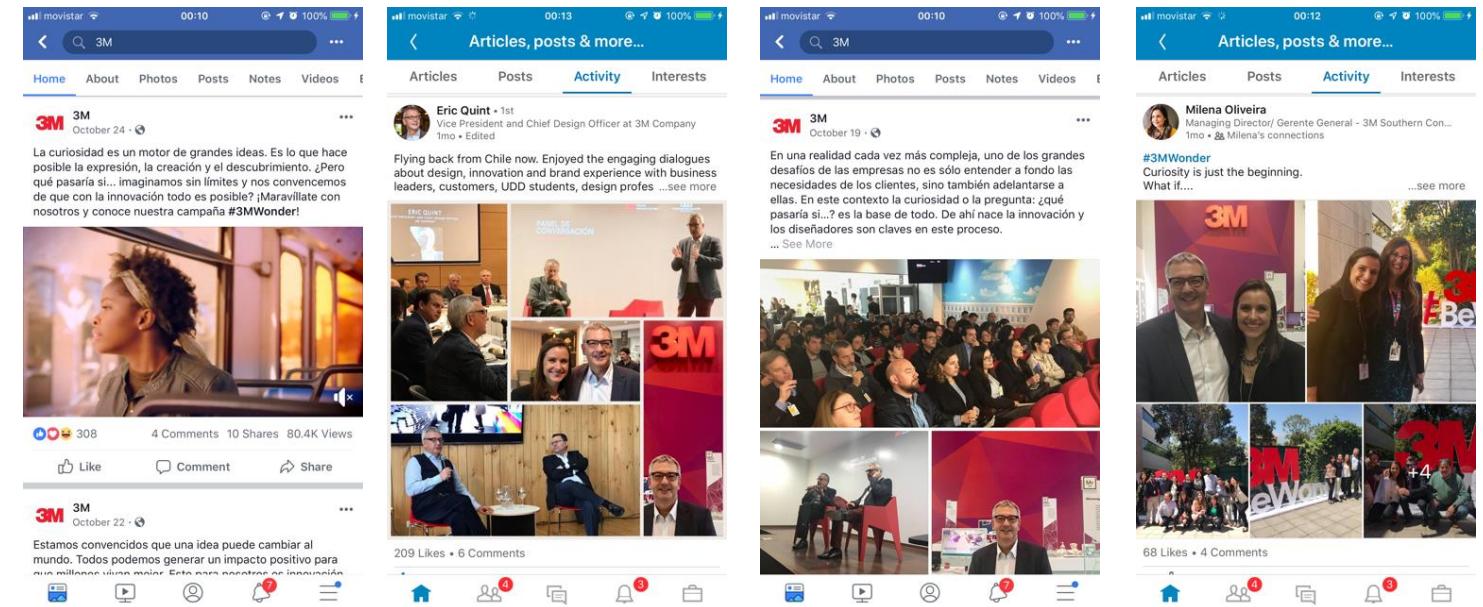
# Revitalizando su marca

Innovación 3M Mejorando Cada Vida



Tecnología 3M Desarrollando Cada Empresa

Productos 3M Renovando Cada Hogar



**3M Ciencia. Aplicada a la vida.™**

**3M Chile**

**Eric Quint** • 1st Vice President and Chief Design Officer at 3M Company 1mo · Edited

Flying back from Chile now. Enjoyed the engaging dialogues about design, innovation and brand experience with business leaders, customers, UDD students, design profes ...see more

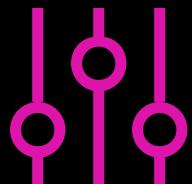
**Milena Oliveira** Managing Director/ Gerente General - 3M Southern Con... 1mo · 8 Milena's connections

Curiosity is just the beginning. What if....

... see more

68 Likes • 4 Comments

# Experiencia end-to-end



Desarrollar programas enfocados en la **experiencia completa del cliente** con tu marca en mente.

# Utilizando la educación como estrategia de crecimiento



Las experiencias educativas online hacen a los clientes:

28X

más propensos a comprar que la publicidad en medios.

5X

más propensos a comprar que aquellos contactados por marketing directo.

94%

más satisfechos con su compra.

93%

más propensos a decirle a sus amigos sobre su experiencia.



Centro de Ayuda

SOLUCIONES  
PARA INDUSTRIA

SOLUCIONES  
PARA CONSUMO

SALA DE  
NOTICIAS

ACERCA DE 3M ▾

Búsqueda



[3M Chile](#) > [Todos los productos 3M](#) > [Cuidado de la salud](#) > [3M Salud](#) > [Educación](#)

## 3M Salud

[INICIO](#) ▶ [PRODUCTOS](#) ▾ [NOTICIAS](#) ▶ [ARTÍCULOS DE  
INTERÉS](#) ▾ [SERVICIO AL  
CLIENTE](#) ▶ [HEALTH CARE  
ACADEMY](#) ▾



# Agregando valor con soluciones digitales

## 3M Connected Safety Solutions.

Servicios en la nube conectan los EPPs, móviles y computadores. Eliminación de trabajo administrativo y redundancia



### Key benefits of our cloud-based system.

Easy to use. Paperless. Compatible with existing PPE. The Inspection & Asset Management System uses RFID tags, barcodes and other identifying information to help you track equipment, locations and safety information. Generate data on your Android or iOS device and store it in the cloud. Then access it with an easy-to-use dashboard to monitor, analyze and report.



#### Improve worker health and safety.

Track completion of training, fit testing, and medical evaluations.



#### Increase productivity.

Reduce paper, administrative time and redundancies like transferring data from one report to another.



#### Enhance EHS compliance tracking.

Track inspection schedules, eliminate paper checklists and be audit ready — at all times.



#### Track high-value assets.

Know who's using your high-value tools and equipment and where they are, reducing equipment loss.



#### Gain valuable insights.

Use the compliance data you collect to build reports that help you spot trends, identify areas for improvement, and make more effective decisions.

# Impactando los objetivos del negocio



Utilizar **el análisis de datos** para ganar insights y para demostrar cómo marketing impacta los objetivos del negocio.



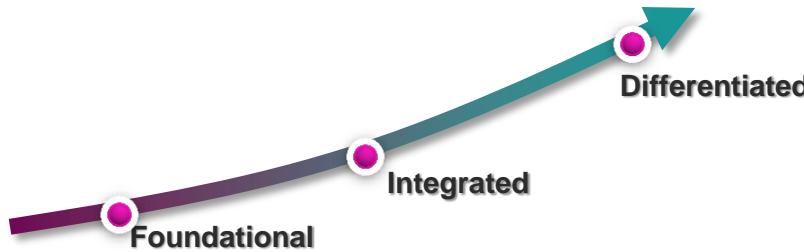
# Activando el negocio a través de una mejor toma de decisiones

➤ DATOS DE ANALISIS

Recursos Especializado: Data Scientist

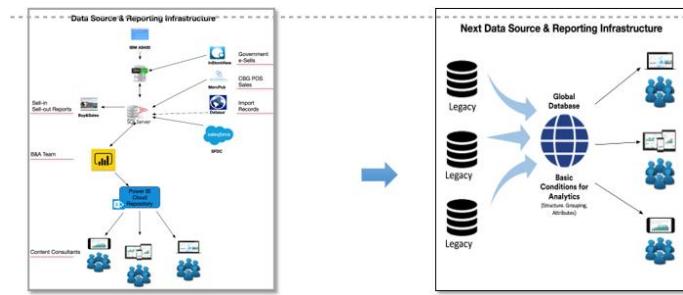


Analytics Roadmap



➤ DATOS DE INSIGHTS

Estructura de Data Insights



➤ ANALISIS Y REPORTES

Herramientas de Reportes



Entrenamiento



El Cliente Primero

Acelerando la Ejecución

Generando Mayor Valor

# Conclusiones: Pilares de transformación para crear una organización de marketing B2B "moderna"

Prepararse para el Crecimiento (capacidades + herramientas)



Diseñar la experiencia del cliente desde el exterior



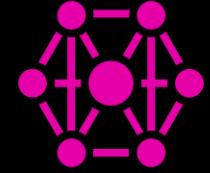
Poner datos del cliente en el centro de la experiencia



Aumentar alcance y engagement con inversión inteligente



Sincronizar experiencia física, tradicional y digital



## La Ecuación de Valor para el Cliente



La única constante  
en el marketing es el  
**CAMBIO**

Muchas gracias.