

#FAKE

¿Cómo ser **real**?

Por:

kiba

PRIMERO:

**¿QUÉ BUSCAN
TODXS?**

BE THE -BIG- KING

En un





con más de un sólo rey

en dónde

“FANS”

“ ENGAGEMENT ”

“REACH”

“INTERACCIÓN”

“REACCIONES”

MIDEN

CUÁNTO importas



qué tan
relevante
eres

(aún así aburras)

qué tan
comprometidos
están
contigo

**cuánto
podrías
vender**

ASUMIENDO

que
buscan
tu
contenido

que
participan
en tus
conversaciones

que
les importa
tu
marca

PERO NO

NO ES TU MARCA

**es lo que
proyecta**

lo que
defiende

por
quiénes
habla

**NO ES UN MERCADO
DE PRODUCTO**

ES UN MERCADO
DE IDENTIDAD

50%
del conocimiento sobre
tu marca

proviene del **20%**
de tus compradores

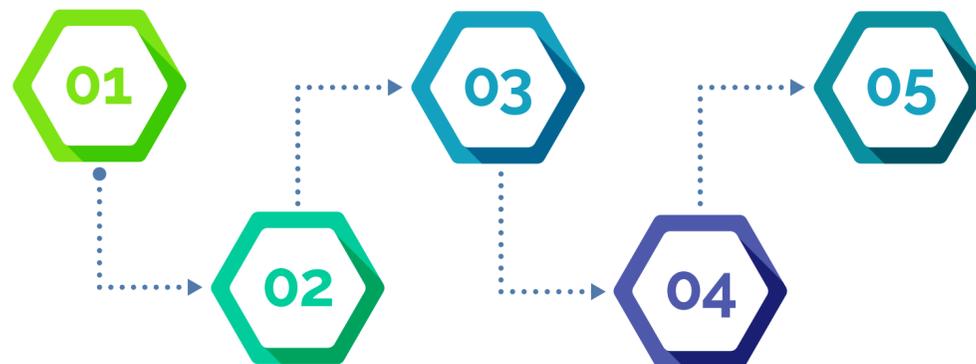
80%
de los compradores
sabe
POCO O NADA
sobre la marca
que compran

LOS *CREES*
CONOCER

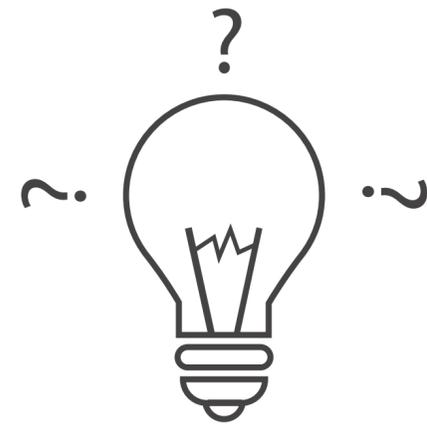
**pero sólo conoces
sus hábitos
de compra**

ZMOT

encasillados en el flujo



olvidamos la
CREATIVIDAD



SÍ.

El Marketing

**anticipa, previene,
genera**

PERO la **creatividad**

es **D****I****V****E****R****S****I****D****A****D**

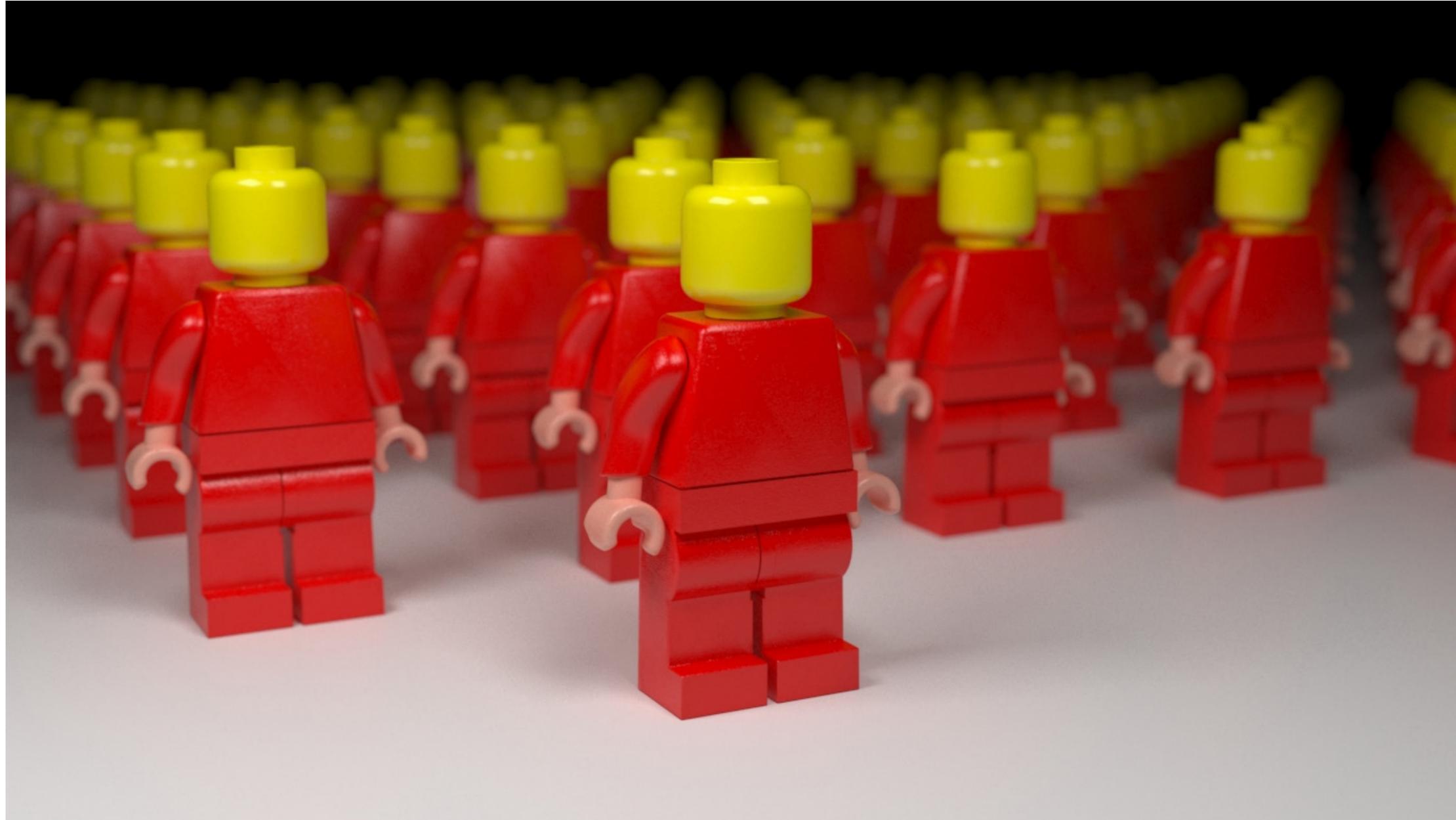
CULTURA



REALIDAD

EL CONSUMIDOR

SE VOLVIÓ UN #





ANALIZÁNDOLO

**como
sujeto de
laboratorio**

quitándole

IDENTIDAD

**MINIMIZANDO LO
QUE ANHELA**

Y la única realidad es:

**te podrán comprar
HOY**

pero NO mañana

**PORQUE NO TODOS
TUS “*FANS*” SON TUS
CLIENTES**



DIFERENCIEMOS

AUDIENCIA

&

ACTORES

**La compra PASIVA
aún existe**

REACCIONAN A
UNA CAMPAÑA O
TENDENCIA

NO a una MARCA

**Y LO QUE TE HACE
GRANDE:**

NO ES EL REACH

ES EL

ROI

**PERO PARA
LLEGAR ALLÍ**

DEBES VENDER

VENDER

WENDEER

¿PRODUCTOS?

¿SERVICIOS?

NO

EMPATÍA

IDENTIDAD

PROPUESTA ÚNICA DE VALOR

Y

PROPUESTA ÚNICA DE COMUNICACIÓN

Y, ¿QUÉ SE
PROPONE?

IDENTIDAD

SER ÚNICO

OLVIDAR LOS DOGMAS

**RE-ESTABLECER LO
“CORRECTO”**

SER

DISTINTO

STORYTELLING

STORYDOING

**PORQUE AUNQUE NO
CONOZCAMOS A TODOS**

TODOS BUSCAMOS ALGO

PERTENECER

SER INSPIRADOS

CAREER.

NOSOTROS CREEMOS

NO EN CUENTOS

EN RENTABILIDAD

x11

¿X11?

**La creatividad amplifica
el impacto comercial de
inversiones de marketing por
factor once.**

**LA CREATIVIDAD ES
RENTABLE.**

**SEA DIGITAL O
TRADICIONAL**

Y NOSOTROS,

SOMOS MUY RENTABLES

Ki**boa**