

© Marian Pacheco | © Contenido protegido por Copyright

¡Bienvenidas!

Clase exclusiva para Club Kalimiel

marian@pd



Marian Pacheco

Consultora y Estratega de Marcas | Comunicación
Experiencial y Marketing del Disfrute

Acompaño a profesionales y a marcas digitales a crear una estrategia diferencial y a medida en entornos digitales, a partir de la creación de relatos que aporten y sencibilicen, a la vez que identificando acciones sostenibles que les de calma, orden y foco.

Licenciada. Diplomada en Marketing Digital y Dirección Comercial. MBA & Magister en MKT digital.

Mentoreo y capacito a profesionales y empresas a través de programas de formación y consultoría digital.

MASTERCLASS | CLUB KALIMIEL

® Cómo **comunicar** de forma
estratégica sin perder la **esencia**

Autora intelectual: Mariana B. Pacheco D'aquila.

El contenido de la Masterclass
es solo para vos, que formas parte
del Club Kalimiel.

AGENDA

1
La productividad
nace desde la
calma:

Visualización del negocio
+ Interacciones reales + el
enfoque de la
comunicación

2
La calma es
consecuencia de
la claridad:

Conceptualización de marca
como palanca
diferenciadora + contenidos
diferenciales

3
La claridad es
producto del foco:

Decisiones estratégicas en
base a la etapa de tu
negocio actual

ALINEACIÓN Y EMOCIÓN

Si tuvieras que contarme 2 logros que tuviste (uno personal y uno del negocio), ¿cuáles serían?

Si tuvieras que representar lo que va del 2023 en palabras, ¿cuáles son las primeras 3 emociones que llegan a tu mente?

Si tuvieras que plantear 2 -acciones, hábitos, decisiones- conscientes y realistas-, que impacten positivamente en esa emoción, ¿cuales serían?

@mariann.pd

Diferencial

ALINEACIÓN

Ningún negocio sólido y sostenible en el tiempo está liderado por una persona que no es feliz con lo que hace.

Si tu objetivo es elevar el proyecto de tu vida, tu sentir profesional y personal deben estar alineados y el foco de tu estrategia estará allí

@mariann.pd

VISIÓN

© Marian Pacheco | © Contenido protegido por Copyright

Diferencial

Cuando la Visión no está clara adoptamos la visión de otros y eso es lo más frustrante que puede pasarnos.

Si no sabes adónde quieres llegar, como profesional, entonces ya llegaste.

1
La productividad
nace desde la calma

Visualización

1
Para analizar la estructura base de tu negocio vamos a tomar una foto desde arriba en donde podamos visualizar todas las áreas de tu emprendimiento.

- 2
1. Clientes / Segmentos
 2. Propuesta de valor
 3. Canales de comunicación
 4. Relación y punto de contacto con clientes
 5. Fuentes de ingresos
 6. Recursos claves
 7. Actividades clave
 8. Socios clave
 9. Costos clave

Visualización

1
Para analizar la estructura base de tu negocio vamos a tomar una foto desde arriba en donde podamos visualizar todas las áreas de tu emprendimiento.

- 2
1. Clientes / Segmentos
 2. Propuesta de valor
 3. Canales de comunicación
 4. Relación y punto de contacto con clientes
 5. Fuentes de ingresos
 6. Recursos claves
 7. Actividades clave
 8. Socios clave
 9. Costos clave

Podemos hacer todo pero, no todo a la
vez

@mariann.pd

¿Cómo deben ser las marcas para lograr interacciones reales con la audiencia deseada?

¿Qué decisiones debemos tomar, como líderes de nuestros negocios, para crear y elevar un relato de marca representativo y sostenible?

En el desafío de hacer crecer nuestros negocios y profesionalizar la comunicación, ¿Cómo asegurar la cercanía y la personalización con los clientes que confían?

@mariann.pd

_ El producto se valida y se transforma con el tiempo.

_ La audiencia cambia a la velocidad de la luz.

_ Con la diversidad de marcas y espacios digitales que nacen día a día, nuestros clientes varían su percepción de las cosas de forma permanente.

La comunicación de las marcas también debe cambiar y nuestros mensajes deben mutar hacia el plano sensorial

El cambio implica análisis.
El análisis implica crecimiento

La esencia llega para cuestionarnos todo.

1
Para crear desde la esencia debes apagar el ruido digital y por este motivo, quiero que recuerdes, que la adicción a la distracción es la muerte de la producción creativa.

La forma en la que decidimos vivir y crear tendrá un impacto directo en nuestra capacidad de comunicarnos.

2
Para comunicar desde la esencia, no es necesario comunicar perfecto, solo debes animarte a contar sobre lo que sentís, además de lo que sabes, y esto significa CREER...

... en vos, en tu historia y en la fuerza que te impulsa.

Hablar de esencia es detenernos en las
maneras de conectar genuinamente...

INTERACCIONES REALES

Con tu audiencia

Con el contexto

Con vos misma

Conecta

Marcas humanas

Sensibilidad

Tus clientes ya tienen información, no necesitan más.

Que vivan el propósito, que generen conciencia, que compartan la experiencia.

Ser fiel a tu visión. Aplica estrategias con sensibilidad. Identifica que sí y que no.

Cuestionamiento

¿Estás eligiendo las acciones de tu negocio y te mantienes en prueba-error constante?

¿Estás construyendo una marca o estás vendiendo productos y servicios?

¿Tus propuestas y promesas son verdaderamente significativas en sus vidas?

¿Conversas o Decís?

**En Latinoamérica, siete de cada diez marcas
podrían desaparecer y nadie se daría cuenta, en
España nueve de cada diez y a escala global la media
es del 77 por ciento.**

La calma es consecuencia
de la claridad

LA COMUNICACIÓN

Desde el Estrés

Desde la Esencia

**Desde de
Estrategia**

Dependencia

Marcas humanas

Proyección y Visión

Siguiendo la
tendencia. Con foco
hacia el afuera.
Aplicando estrategias
que no te representan

¿Qué es lo que no cambia
cuando todo cambia?

Recordando que 7 de cada
10 marcas podrían
desaparecer y nadie se
daría cuenta

Claridad y Alineación

¿Qué te representa?

¿Cómo quieres contribuir?

¿A quién quieres llegar?

¿Cómo los quieres hacer sentir?

¿A través de qué conceptos y elementos gráficos lo puedes conseguir?

@mariann.pd

Esencia

ESENCIA

**Lo que no se ve.
Tu personalidad puesta en acción.**

**Las sensaciones que sos capaz de generar
cuando te animas a ser vos.**

@mariann.pd

Conceptualización

CONCEPTO

Eso que le da sentido a lo que hacemos.

Eso que genera una percepción genuina de la mano con una emoción real en la audiencia.

@cocodavez

www.marianpd.com

SERIEDAD

SENSACIÓN

PREMIUM

MINIMALISTA

LUJO



© Marian Pacheco | © Contenido protegido por Copyright

CREATIVIDAD

TEXTURAS

SENSACIONES

PERCEPCIÓN

ABSTRACTO

IMAGINACIÓN



DIVERSIÓN

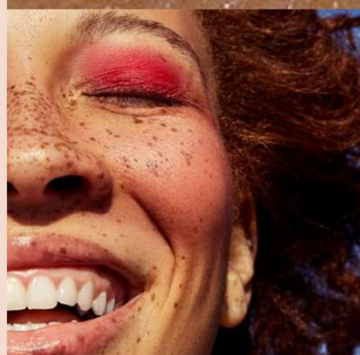
FRESCURA

EXPRESIÓN

CERCANÍA

LIFESTYLE

EMOCIÓN



@mariann.pd

Contenidos

CONTENIDOS

CONTENIDOS DIFERENCIALES

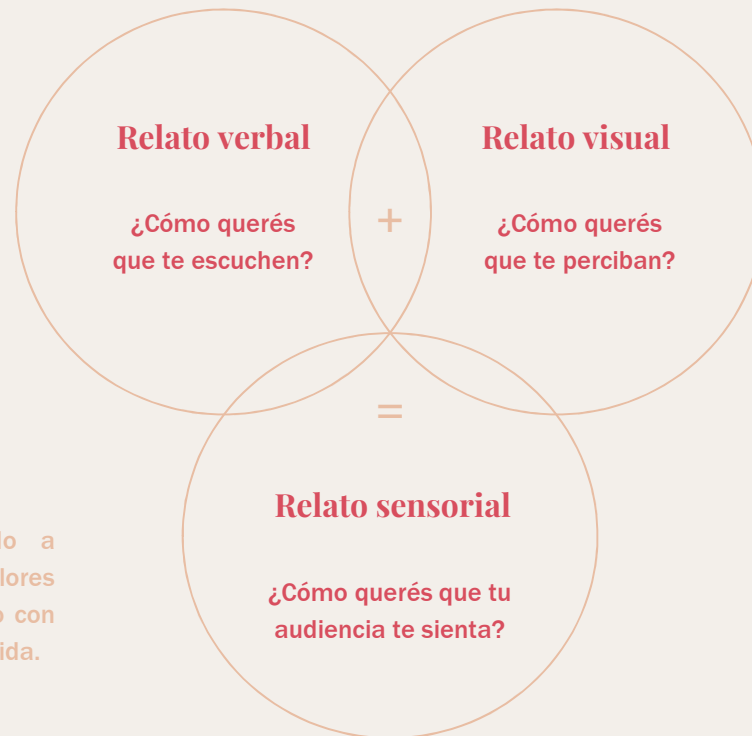
La creación de contenidos diferenciales basados en un relato de marca auténtico en coherencia con lo que somos, profesional y personalmente hablando.

Ejemplos:

Profesional, pasional,
segura y tranquila,
con confianza

Ejemplos:

Viajera, citadina, inspirando a
través de las texturas y los colores
de la gastronomía, conectando con
los rituales más simples de la vida.



Ejemplos:

Divertida y serena,
detallista, prolija
y ordenada, formal,
con estilo

Pregunta clave

¿Cómo lo puedes aplicar a tu
marca de cosmética?

@mariann.pd

© Marian Pacheco | © Contenido protegido por Copyright

@mariann.pd

EL SENTIDO PROPIO

1

Dando un nombre propio a tu línea de productos y/o a cada producto de manera individual (relato verbal)

@mariann.pd

LA EXPERIENCIA VISUAL

2

Identificando un elemento visual que represente a cada línea de productos: packaging e identidad visual (relato visual)

@mariann.pd

LA COMUNICACIÓN EXPERIENCIAL

3

Focalizando tu comunicación en las texturas y colores de tus productos naturales, o bien, en los elementos de la naturaleza en los que están inspirados.

La historia, la experiencia, las sensaciones que generan, la activación de los sentidos.



La claridad es
producto del foco

Identificá tu **foco** estratégico con base en tu **posicionamiento actual**

1 POSICIONAMIENTO BAJO

Tu negocio digital está en etapa idea.

Estas comenzando a comunicar en entornos digitales de manera consciente.

La audiencia no percibe tu valor diferencial (todavía)

Tenes experiencia y formación pero todavía no lo capitalizaste en la virtualidad.

2 POSICIONAMIENTO MEDIO-ALTO

Tenes una audiencia en entornos digitales.

Las personas consideran tus propuestas y te consultan por tus servicios.

Contas con una cartera de clientes.

Estás creando equipos y/o delegando tareas para poder disponer de más tiempo.

Estás optimizando procesos para crear mejores estrategias a partir de tus validaciones.

Luego del foco, llega la decisión.

POSICIONAMIENTO BAJO

Construir audiencias
Conectar con tu público
Presencia online experiencial

POSICIONAMIENTO MEDIO-ALTO

Consolidar audiencias
Fidelizar clientes
Eleva la conexión para convertir tus clientes
en creyentes
Relato de marca sensorial

Acciones sugeridas para marcas con PB

Construir un ecosistema de productos sólido que destaque tus líneas de producto con nombres y conceptos propios

Estrategia de contenido en mercados digitales (relato de marca + contenidos diferenciales)

Colaboraciones y alianzas conscientes y elegidas

Acciones sugeridas con marcas con PA

Crear líneas exclusivas y diferenciales para clientes recurrentes
(personas que ya utilizan determinados productos)

Estrategia de contenido + Pauta publicitaria (ADS)

Prensa.
Experiencias | Lanzamientos desafiantes

La productividad nace desde la calma,
La calma es consecuencia de la claridad,
La claridad es producto del foco.

¡Gracias!

[@marianpd](#)

www.marianpd.com

marianpd