

© 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](http://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

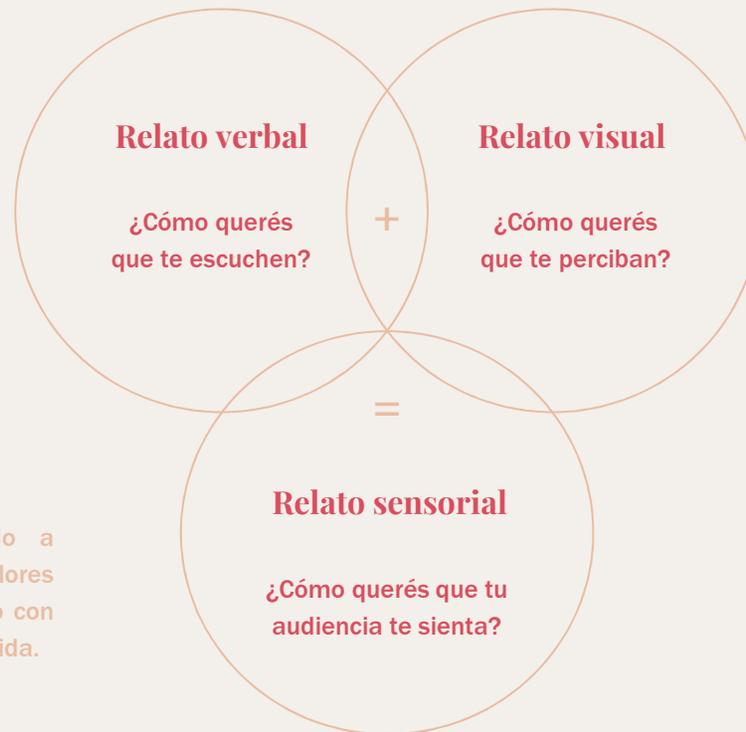
La creación de contenidos diferenciales basados en un relato de marca auténtico en coherencia con lo que somos, profesional y personalmente hablando.

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.

## 1 POSICIONAMIENTO BAJO

Construir audiencias  
Conectar con tu público  
Presencia online experiencial

## 2 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!*

[@marianopd](#)

[www.marianpd.com](http://www.marianpd.com)

*marianopd*