



Marketing 6.0
Estrategias Digitales
para Despachos en
2024



¿Café?

Agenda Hoy

- *Evolución del marketing en últimos años.*
- *¿Qué es el marketing 6.0?*
- *¿Qué es la Inteligencia Artificial?*
- *Estrategias Digitales que NO Funcionan.*
- *Estrategias Digitales que sí funcionan.*
- *Como podemos usar LinkedIn para crear una estrategia ganadora de Marketing Digital en 2024 y contactar las personas adecuadas.*
- *Pasos para crear contenido digital que Sí atraiga y convierta.*

¡Bienvenidos!



Eduardo Luna

- **Consultor experto en modelos de negocios e Innovación.**
- **Amante de la buena comida.**
- **Leanstack Certified Mentor, Innovation Games Practitioner, TBLI Buzan, Scrum Master.**
- **Creador del Growth Marketing Framework.**

OAXACA ALL INCLUSIVE

Bienvenido a Casa ISDVEY

Ven a disfrutar Oaxaca, aquí te ofrecemos una experiencia de hospedaje incomparable con todos los servicios incluidos.

[Reservar](#)

Aquí Enseñamos Libertad Financiera

Aprende a invertir y generar riqueza con el único modelo educativo para formarte en inteligencia financiera desde preparatoria hasta posgrado.

[OFERTA EDUCATIVA](#)

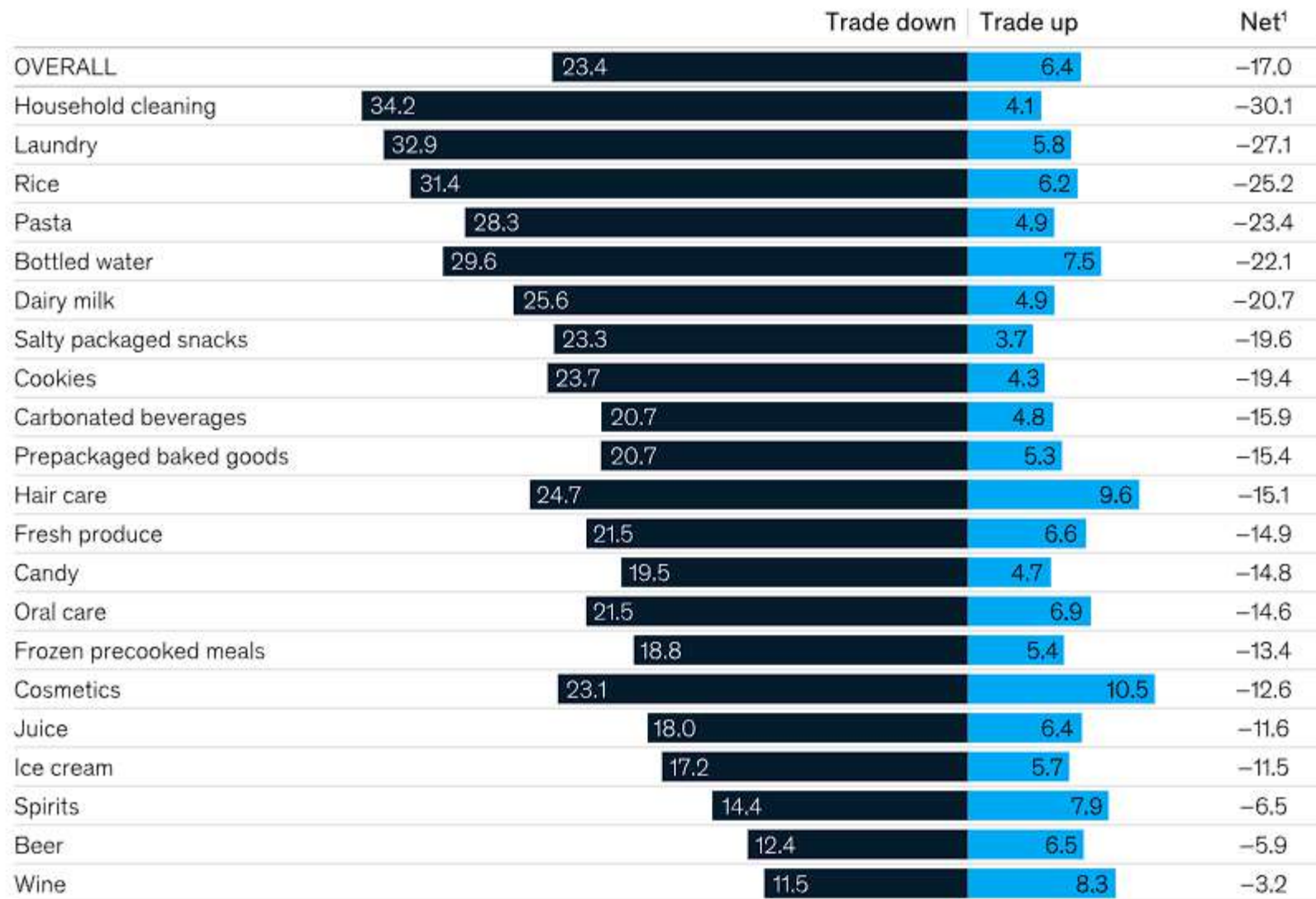
Are your sales stuck in a rut?
Unleash the power of Lean-Agile Sales with Kanban Zone and transform your sales process!

Experience an astounding leap from less than 10% to an astonishing 80% effectiveness in your Sales Area.

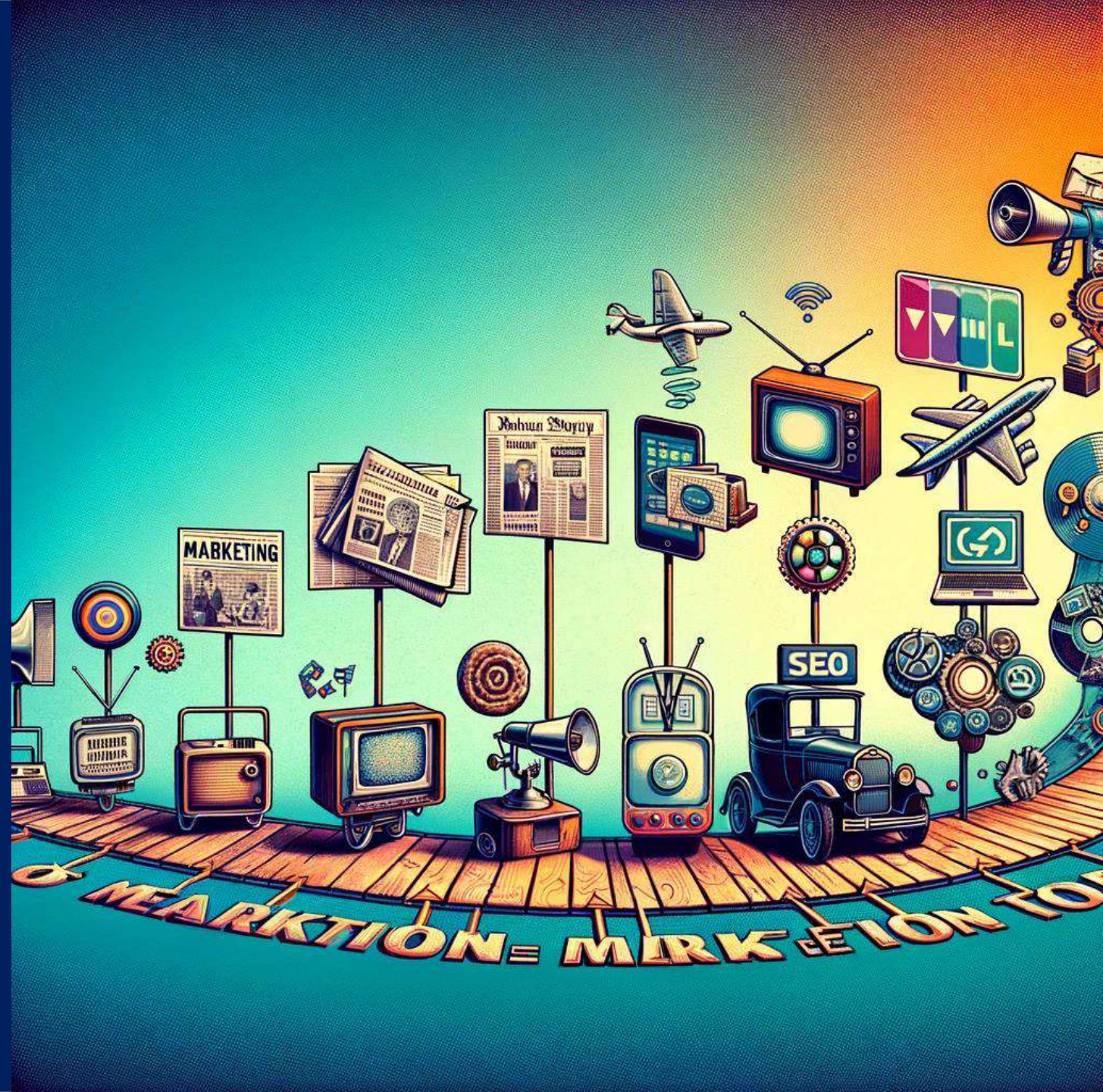
¿Qué se espera en 2024?

More consumers are trading down, especially in commoditized categories.

Change in spending habits over past 12 months, by category, Mexico, % of respondents (n = 1,036)



Evolución del Marketing



La evolución del Marketing

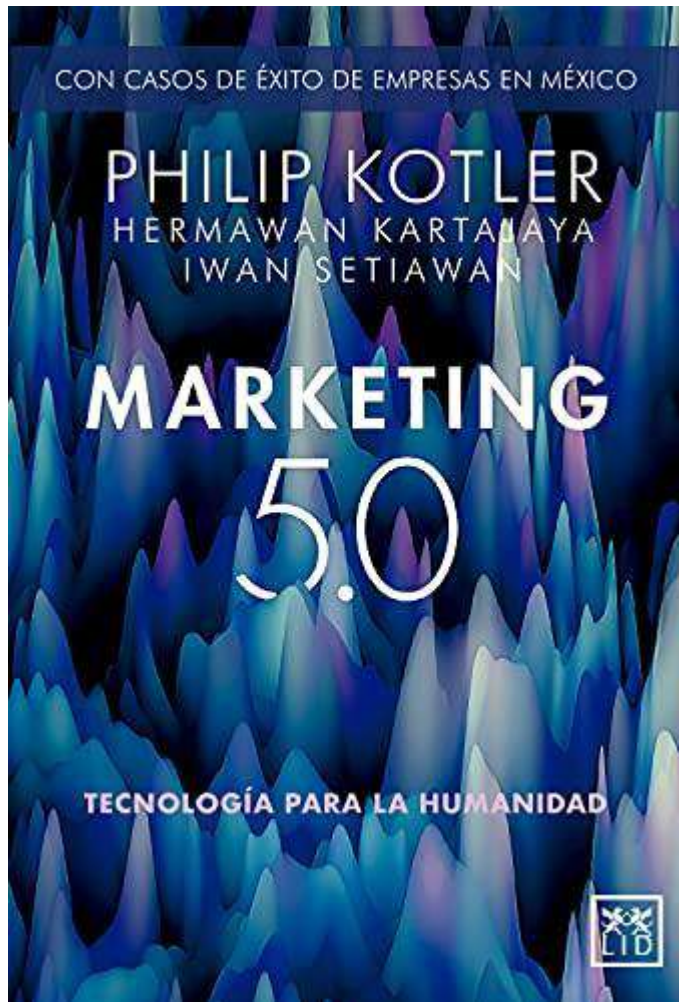
MARKETING

1.0 2.0 3.0 4.0

1.0	2.0	3.0	4.0
 <p>MK centrado en el producto</p>	 <p>MK centrado en el consumidor</p>	 <p>MK centrado en valores</p>	 <p>MK con propósito social</p>
 <p>Consumidores con necesidades físicas</p>	 <p>Satisface necesidades</p>	 <p>Crear un mundo mejor</p>	 <p>Colaboración marca y sociedad para un mundo mejor</p>
 <p>Vende productos o servicios</p>	 <p>Consumidor más inteligente</p>	 <p>Ser humano integral con mente y corazón</p>	 <p>Humanización de la marca</p>
 <p>Valor económico (beneficios)</p>	 <p>Valor en la persona</p>	 <p>Valor en el medio ambiente</p>	 <p>Valor en las necesidades emocionales del cliente</p>
 <p>Medios tradicionales</p>	 <p>Medios tradicionales e interactivos</p>	 <p>Medios interactivos</p>	 <p>Hiperconectividad Omnicanal Estrategia 360°</p>
 <p>Unidireccional</p>	 <p>Bidireccional</p>	 <p>Multidireccional</p>	 <p>Omnidireccional</p>

2023 Era del Marketing 5.0

El Marketing Humano a Humano **ayudado** de la tecnología.



En **Marketing 5.0. Tecnología para la humanidad** se identifica la creciente tendencia a alinear la tecnología con las capacidades humanas para lograr resultados exponenciales en el momento de aplicar las estrategias de marketing. Entre los temas fundamentales del marketing 5.0 está lo que se conoce como next tech, un grupo de tecnologías que se pueden ver materializadas en la inteligencia artificial (IA), el procesamiento del lenguaje natural (PLN), la tecnología de sensores, el internet de las cosas (IoT), la realidad aumentada (RA), la realidad virtual (RV) y el blockchain.

Esta edición contiene los casos de éxito de nueve empresas que operan en nuestro país: Comex, Crayola, Grupo Modelo, INTERprotección, KFC, Mary Kay, Museo del Caos, Sam´s Club y Volkswagen.

CATEGORY	BUILDERS	BABY BOOMERS	GENERATION X	GENERATION Y	GENERATION Z	GEN ALPHA
Slang terms	 <p>We prefer proper English if you please</p> <p>Born: < 1946 Age: 74+</p>	 <p>Be cool Peace Groovy Way out</p> <p>Born: 1946-1964 Age: 55-73</p>	 <p>Dude Ace Rad As if Wicked</p> <p>Born: 1965-1979 Age: 40-54</p>	 <p>Bling Funky Doh Fashizz Whassup?</p> <p>Born: 1980-1994 Age: 25-39</p>	 <p>🔥 Fam GOAT Slay Yass queen</p> <p>Born: 1995-2009 Age: 10-24</p>	 <p>lit yeet hundo oof rn idrc</p> <p>Born: 2010-2024 Age: under 10</p>
Social markers	World War II 1939-1945	Moon landing 1969	Stock market crash 1987	September 11 2001	GFC 2008	Trump / Brexit 2016
Iconic cars	 Model T Ford Final, 1927	 Ford Mustang 1964	 Holden Commodore 1978	 Toyota Prius 1997	 Tesla Model S 2012	 Autonomous vehicles 2020s
Iconic toys	 Roller skates	 Frisbee	 Rubix cube	 BMX bike	 Folding scooter	 Fidget spinner
Music devices	 Record player LP, 1948	 Audio cassette 1962	 Walkman 1979	 iPod 2001	 Spotify 2008	 Smart speakers Now
Leadership style L - Leader l - New leaders	 Controlling	 Directing	 Coordinating	 Guiding	 Empowering	 Inspiring
Ideal leader	Commander	Thinker	Doer	Supporter	Collaborator	Co-creator
Learning style	Formal	Structured	Participative	Interactive	Multi-modal	Virtual
Influence/advice	Officials	Experts	Practitioners	Peers	Forums	Chatbots
Marketing	Print (traditional)	Broadcast (mass)	Direct (targeted)	Online (linked)	Digital (social)	In situ (real-time)

MARKETING

1.0 2.0 3.0 4.0 5.0

1.0



Marketing centrado en el producto



Vende productos



Consumidores con necesidades físicas



Valor económico



Medios tradicionales



Unidireccional

2.0



Marketing centrado en el consumidor



Satisface y rellena al consumidor



Consumidores más inteligentes con mente y corazón



Valor en la persona



Medios tradicionales e interactivos



Bidireccional

3.0



Marketing centrado en valores



Crear un mundo mejor



Ser humano integral con mente, corazón y espíritu



Valor en el medio ambiente.



Medios digitales e interactivos



Multidireccional

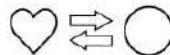
4.0



Marketing con propósito social



Colaboración marca y sociedad para un mundo mejor



Humanización de la marca



Valor en las necesidades emocionales del cliente



Hiperconectividad Omnicanal Estrategias 360°



Omnidireccional

5.0



Marketing centrado en salvar el mundo y mejorar la calidad de vida humana



Impulsar la tecnología en todos los ámbitos con crecimiento exponencial



Desafío de servir a 5 Generaciones de manera personalizada



Valor en datos, algoritmos, automatización de IA y polarización de la prosperidad



Omniconectividad Sensores IoT Ecosistema Big Data



Hiper-Omnidireccional Redes neuronales



Luisd3paz.com

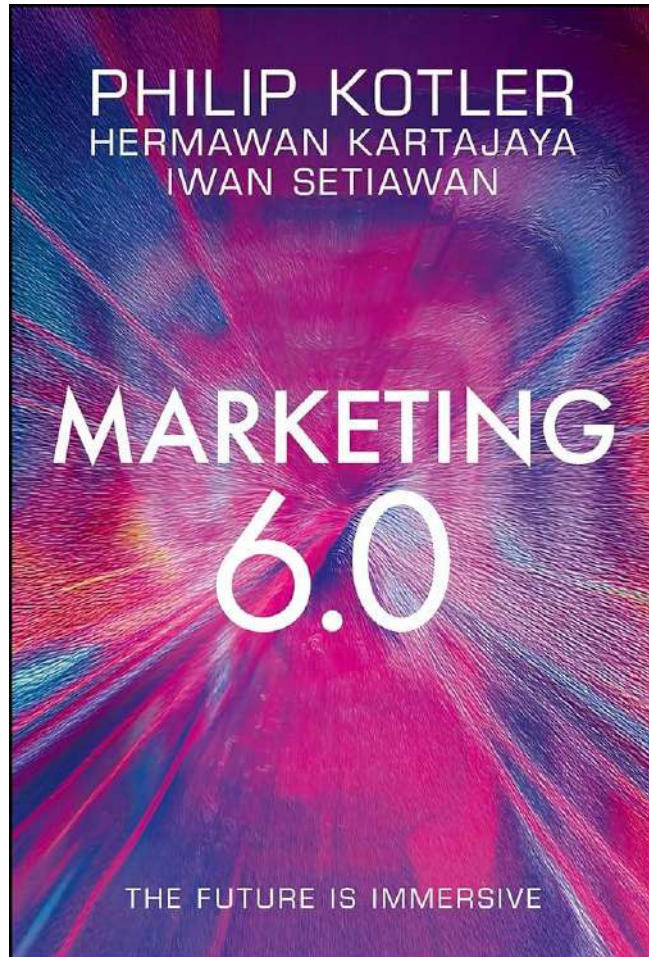


@luisd3paz



2024 Era del Marketing 6.0

El Marketing Humano a Humano **ayudado** de la tecnología.



En "Marketing 6.0", Philip Kotler, el reconocido promotor de las "Cuatro P's del Marketing", explica cómo los mercadólogos pueden utilizar la tecnología para atender las necesidades de los clientes y marcar la diferencia en el mundo. En una nueva era de metamarketing, este libro brinda a los profesionales del marketing una manera de integrar la evolución tecnológica y de modelos de negocio con los cambios drásticos en el comportamiento del consumidor que se han producido en la última década.

Los lectores aprenderán sobre:

- Los pilares del metamarketing.
- La Generación Z y la Generación Alfa y las tecnologías que utilizan a diario.
- Cómo aprovechar los metaversos y la realidad extendida.
- Los posibles obstáculos y soluciones para crear una experiencia más interactiva e inmersiva.

El marketing ha evolucionado para abordar los desafíos globales y las cambiantes expectativas de los clientes. Incorporar temas de sostenibilidad y nuevas tecnologías para el compromiso con el cliente son esenciales para que las empresas se mantengan relevantes. De hecho, el marketing ha pasado de ser tradicional a digital, pero la mayoría de los clientes aún valoran algunas formas de interacción humana.

Generation GAP



CATEGORY	BUILDERS	BABY BOOMERS	GENERATION X	GENERATION Y	GENERATION Z	GEN ALPHA
Slang terms	 <p>We prefer proper English if you please</p> <p>Born: < 1946 Age: 74+</p>	 <p>Be cool Peace Groovy Way out</p> <p>Born: 1946-1964 Age: 55-73</p>	 <p>Dude Ace Rad As if Wicked</p> <p>Born: 1965-1979 Age: 40-54</p>	 <p>Bling Funky Doh Fashizz Whassup?</p> <p>Born: 1980-1994 Age: 25-39</p>	 <p>🔥 Fam GOAT Slay Yass queen</p> <p>Born: 1995-2009 Age: 10-24</p>	 <p>lit yeet hundo oof rn idrc</p> <p>Born: 2010-2024 Age: under 10</p>
Social markers	World War II 1939-1945	Moon landing 1969	Stock market crash 1987	September 11 2001	GFC 2008	Trump / Brexit 2016
Iconic cars	 Model T Ford Final, 1927	 Ford Mustang 1964	 Holden Commodore 1978	 Toyota Prius 1997	 Tesla Model S 2012	 Autonomous vehicles 2020s
Iconic toys	 Roller skates	 Frisbee	 Rubix cube	 BMX bike	 Folding scooter	 Fidget spinner
Music devices	 Record player LP, 1948	 Audio cassette 1962	 Walkman 1979	 iPod 2001	 Spotify 2008	 Smart speakers Now
Leadership style L - Leader I - New leaders	 Controlling	 Directing	 Coordinating	 Guiding	 Empowering	 Inspiring
Ideal leader	Commander	Thinker	Doer	Supporter	Collaborator	Co-creator
Learning style	Formal	Structured	Participative	Interactive	Multi-modal	Virtual
Influence/advice	Officials	Experts	Practitioners	Peers	Forums	Chatbots
Marketing	Print (traditional)	Broadcast (mass)	Direct (targeted)	Online (linked)	Digital (social)	In situ (real-time)

1.0 a 6.0 en Despacho Legal, Contable, Fiscal.

1. Marketing 1.0 - Orientado al Producto:

1. En esta etapa, un despacho legal se enfocaría principalmente en promocionar sus servicios legales de manera básica y funcional. La comunicación sería principalmente a través de folletos, anuncios en periódicos o listados en directorios de negocios. El mensaje sería simple y directo, destacando la competencia y la experiencia del despacho en ciertas áreas del derecho.

2. Marketing 2.0 - Orientado al Consumidor:

1. Aquí, el despacho comenzaría a centrarse más en las necesidades y problemas específicos de sus clientes potenciales. Podrían realizar encuestas o grupos focales para entender mejor las preocupaciones de sus clientes, y luego adaptar sus servicios y mensajes para abordar esas necesidades. Por ejemplo, podrían especializarse en derecho familiar o corporativo, basándose en la demanda del mercado.

3. Marketing 3.0 - Orientado a los Valores:

1. En esta etapa, el despacho legal empezaría a alinear sus valores y prácticas con las preocupaciones sociales y éticas de sus clientes. Por ejemplo, podrían destacar su compromiso con la justicia social, la pro bono legal work (trabajo legal gratuito para causas sociales), o su enfoque en la ética empresarial. Esto ayudaría a construir una conexión emocional con clientes que comparten esos valores.

4. Marketing 4.0 - Orientado a la Tecnología y la Integración Digital:

1. Con la digitalización, el despacho debería tener una fuerte presencia en línea, incluyendo un sitio web optimizado, perfiles en redes sociales, y estrategias de marketing de contenido. Podrían usar SEO para mejorar su visibilidad en búsquedas relacionadas con servicios legales, y también podrían iniciar un blog para compartir artículos que aborden temas legales comunes, demostrando su experiencia y acercándose a los clientes de una manera más accesible.

5. Marketing 5.0 - Orientado a la Inteligencia Artificial y la Automatización:

1. Aquí, el despacho podría implementar herramientas de IA para mejorar la eficiencia de sus servicios, como chatbots para responder preguntas frecuentes de los clientes o sistemas de gestión de casos legales automatizados. También podrían utilizar análisis de datos para entender mejor las tendencias del mercado y adaptar sus estrategias de marketing y servicios en consecuencia.

6. Marketing 6.0 - Orientado al Propósito y la Conciencia Humana:

1. En esta etapa, el despacho se enfocaría en cómo sus servicios legales pueden contribuir al bienestar de la sociedad y abordar problemas globales. Esto podría incluir trabajar en casos que tienen un impacto social significativo, participar en iniciativas de sostenibilidad, o colaborar con organizaciones sin fines de lucro. El marketing se centraría en contar historias que muestren el impacto positivo del despacho en la comunidad y en el mundo.

¿Qué es Marketing H2H?

Human 2 Human



100 trillones de conexiones en nuestro cerebro.

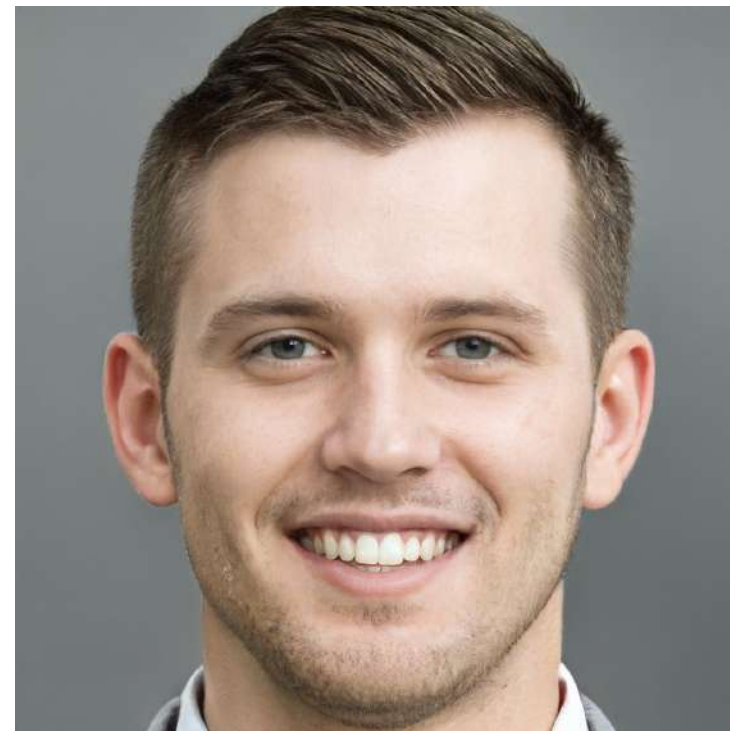
Nunca había estado tan educado.

Acceso a Información en segundos.

Quiere asesoría NO venta.

Quiere sentir experiencia única en todo el funnel.

Se apoya de tecnología.



<https://thispersondoesnotexist.com/>

Hacer Marketing para HUMANOS

Entender que mueve un humano

- PRINCIPIOS DE INFLUENCIA -
R. CIALDINI



¿Qué hace una estrategia de marketing exitosa en 2024?



Growth Marketing Framework

5 metodologías internacionales
encapsuladas en **un framework**
para marketing digital



LEANSTACK

7 Consideraciones para Incrementar mis Ingresos con estrategias digitales.

Modelo de Negocio

¿Tu negocio es escalable?

- Lean Canvas Model. Continuous Innovation Framework

Product Validation

¿Has innovado tu producto en el último año?

- 
- MH Services**
Transforming life. Transforming business.
- Lean Validation (Innovation Games y Continuous Innovation Framework)

PUV

¿Tienes clara tu Propuesta de Valor y tus clientes la entienden?

- Propuesta Única de Valor Strategyzer

Marketing

¿Estás generando Leads válidos?

- Lean Marketing



Ventas

¿Tus vendedores tienen una estructura de ventas consultivas y gestión ágil?

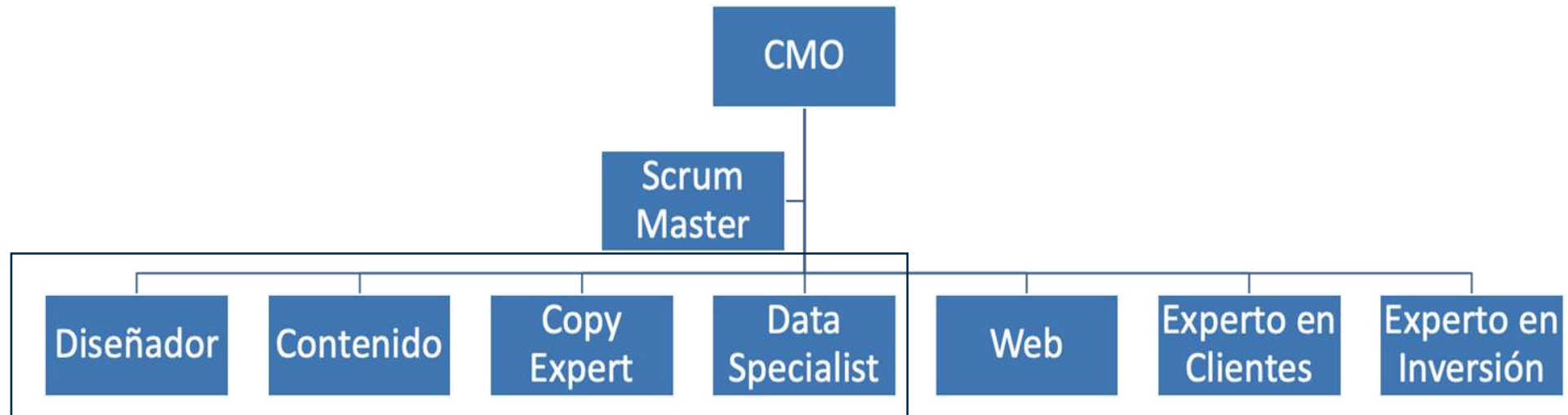
- Lean Sales



Modelo de Gestión Lean-Agile.



Organigrama de un Team de Marketing



**Metodología Growth Marketing Framework*

Planeación

Planeación de la campaña.

Pre-Click

Canva o Diseño Gráfico

Campaña

Adwords, Facebook , Content Marketing o la Agencia de Marketing

Post-Click

Wordpress y página en HTML5 medición básico (Analytics)

Cierre Leads

Vendedor Tradicional

Actualmente

70% del presupuesto

10% del presupuesto

20% del presupuesto

Planeación

Planeación de la campaña.

Pre-Click

Canva o Diseño Gráfico

Campaña

Adwords, Facebook , Content Marketing o la Agencia de Marketing

Post-Click

Wordpress y página en HTML5 medición básica

Cierre Leads

Vendedor Tradicional

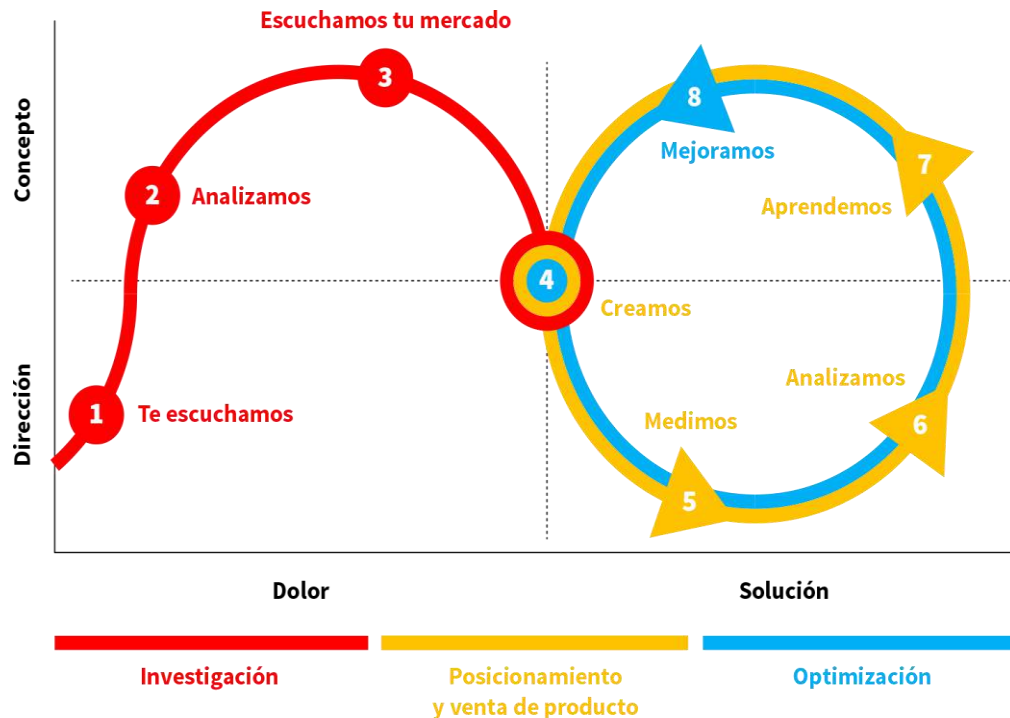
Actualmente

Exceso de Clicks.

Exceso de Leads sin Validar

Bajo % de Cierre

Metodología Growth Marketing Framework



Fases.

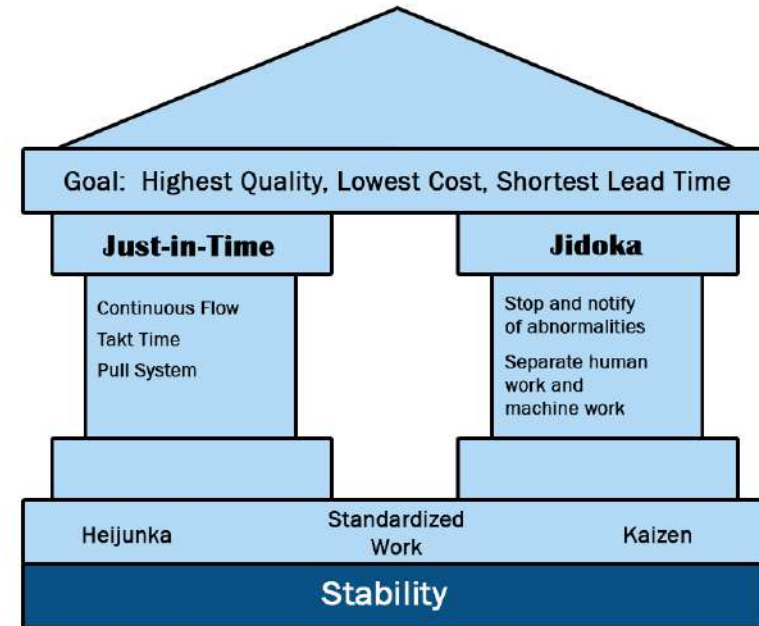
- **Investigación.**
Nos dedicamos a planear de manera profunda nuestra campaña de marketing, investigando la data interna y externa.
- **Posicionamiento y venta de producto.**
Durante esta fase se hace la creación y montaje de la campaña para lanzar al mercado.
- **Optimización.**
Una vez analizada y mejorada nuestra campaña, encontraremos la campaña final.

¿Qué es Lean Marketing?

Metodología relativamente nueva que implementa todos los principios de la metodología Lean creada por Toyota en el Marketing.

Sigue los principios de Lean Startup en dónde una campaña deberá ser cíclica y medible lo que le permita mejorar de manera infinita.

El diferenciador número 1 del Marketing Digital 4.0 es permitir crear campañas de alto impacto, en un menor tiempo y a bajo coste recordando siempre que hay que “experimentar” y mejorar con el marketing, en lugar de crear planes de marketing anuales o mensuales de la manera tradicional y rígida.



¿Por qué Lean en Marketing?

La metodología que aprenderemos de **Marketing Digital** adapta las mejores prácticas encontradas en el mercado.

Nace como una necesidad de **eliminar el gran derroche que se tiene constantemente en las áreas de marketing**, quitando el desperdicio en:

- Dinero invertido.
- Velocidad de sacar las campañas a mercado.
- Derroche en actividades que no agreguen valor y puedan ser suplidas por una automatización.



1.- El marketing lo valida tu mercado.

2.- Todo es hipótesis y experimentos.

3.- Empoderar y escuchar a todo el equipo.

4.- Nunca hay fracaso, solo aprendizaje.

5.- Constante entendimiento y mejora.

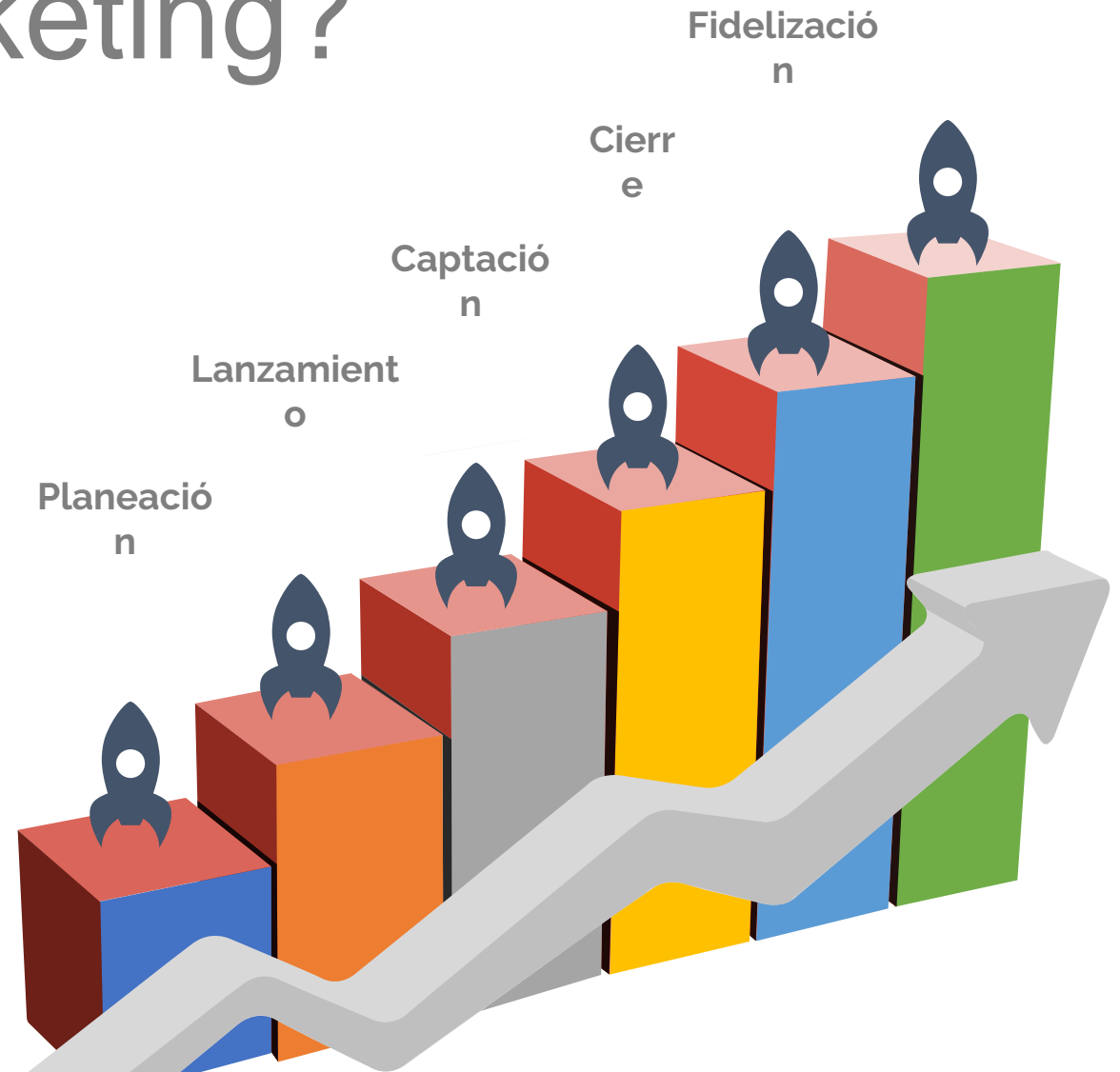
6.- Contenido se crea con DATA.

7.- No puedo delegar mi core business.

7 Mindsets primordiales del Lean Marketing

¿Cómo se Aplica Lean en Marketing?

Lean en Marketing se aplica en 5 niveles dentro de una campaña de marketing.

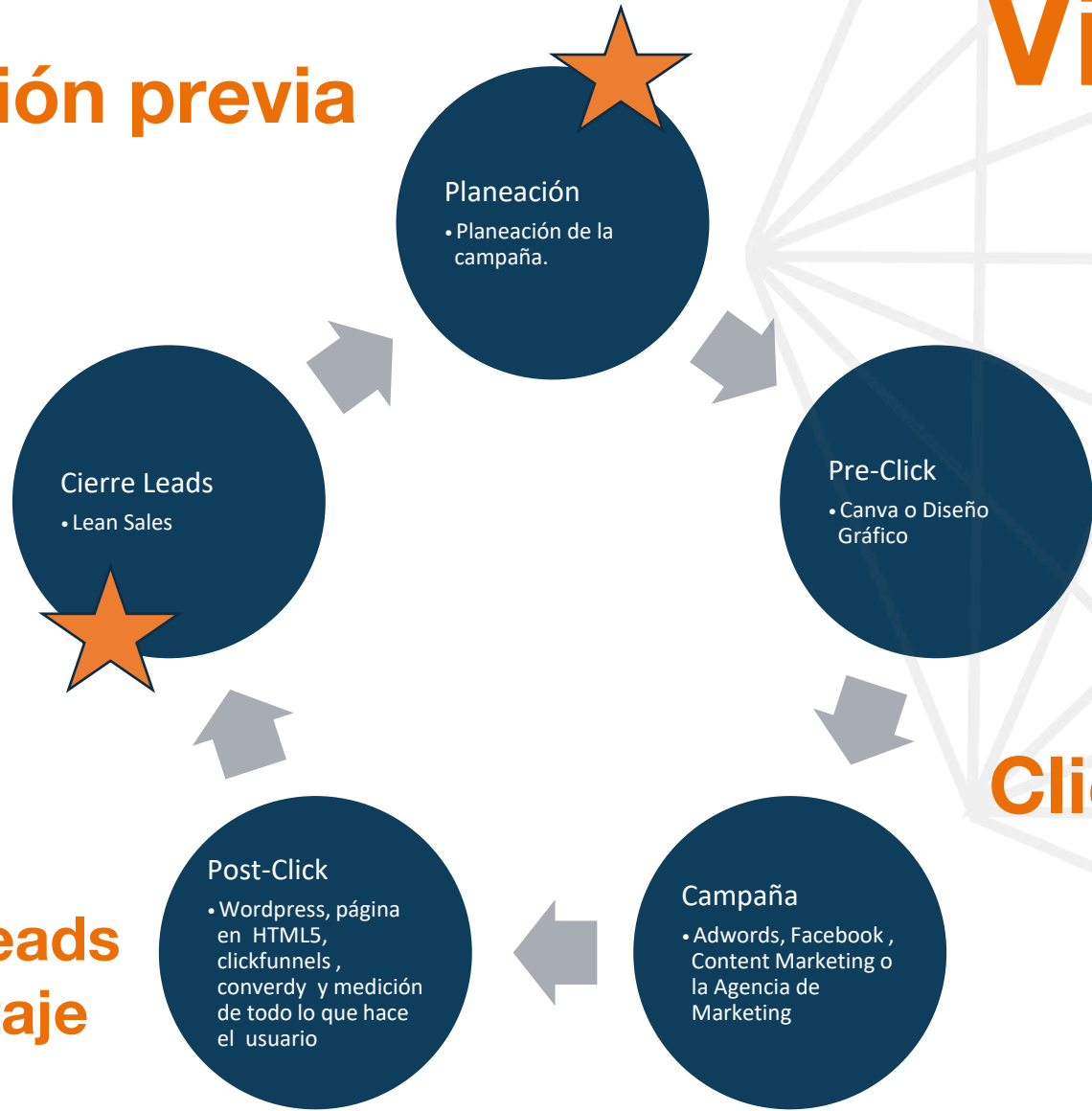


Visión Lean

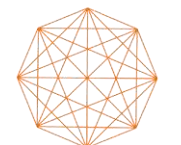
Planeación previa

Alto Cierre de Leads.

50% a 70% menos Leads pero un gran porcentaje VALIDADOS.



Clicks Normales



7 Consideraciones de área de ventas para incrementar ingresos

Modelo de Negocio

¿Tu negocio es escalable?

- ¿Puedes vender una cantidad ilimitada de productos / servicios sin generar la misma cantidad de costos?
- ¿Tu modelo puede funcionar en mercados ilimitados?
- ¿Tu modelo depende de ti o de una estructura especializada para crecer?
- ¿Tu modelo de negocio puede pivotar ágilmente si lo requiere el mercado?

Product Validation

¿Has innovado tu producto en el último año?

- ¿Creaste tu producto basado en un proceso específico de validación con una cantidad relevante de clientes potenciales?
- ¿Has iterado tu producto o servicio varias veces de la mano de tus clientes?
- ¿Iniciaste con un Mínimo Producto Viable e intenciones de compra reales por una cantidad seria de clientes?

PUV

¿Tienes clara tu Propuesta de Valor y tus clientes la entienden?

- ¿Has validado con tus clientes sus dolores y alegrías?
- ¿Tienes servicios que hagan market-fit con tu mercado y se diferencien claramente de tu competencia?
- ¿El mensaje a tus clientes es absolutamente claro y contundente en todos tus canales de comunicación?
- ¿Gran porcentaje de tus clientes se acercan gracias a que entienden tu PUV?

Lean Mkt

¿Estás generando Leads válidos?

- ¿Tienes una estrategia clara de Marketing Digital que genere leads?
- ¿Los leads que generas son válidos y tienen claro que los puedes ayudar?
- ¿Tu gasto en pauta digital tiene un alto ROI y baja inversión?
- ¿Tienes una clara estrategia de Marketing Inbound con varios embudos para atender los diferentes niveles de madurez de tu mercado objetivo?

Lean Sales

¿Tus vendedores tienen una estructura de ventas consultivas y gestión ágil?

- ¿Tu estructura de ventas tiene la capacidad de diagnosticar eficientemente?
- ¿Los vendedores prospectan de forma tradicional o tienen herramientas para atraer clientes sin problema?
- ¿Las ventas tardan en cerrarse o son ágiles?
- ¿La estructura de comisiones es entendible o causa problemas con los vendedores?

Modelo de Gestión Lean -Agile

Finanzas y Legal

"El marketing es la orquesta de una empresa; requiere de cada instrumento afinado y en armonía para crear la sinfonía del éxito."





¿Café?

Break 7 min



Introducción a la Inteligencia Artificial



**Bienvenido a la
era de la
personalización**

Los estudiantes modernos buscan una educación personalizada, alineada con sus plataformas digitales cotidianas.





Whisk

Recommended things to cook with what you have.





¿Qué es la IA?



IA:
Sistema que imita
pensamiento y acciones
humanas.



Machine Learning:
Sistemas que aprenden
basados en grandes
cantidades de datos.



DEEP Learning:
Sistemas que funcionan (simulan)
redes neuronales como los humanos.

Education Teacher



AI Impact

20%

Tasks

153

AIs

1,245

AI Generated by ChatGPT

An Education Teacher is responsible for teaching and guiding students from all age groups and backgrounds. They develop lesson plans, create instructional materials, and assess students' progress.

They also provide feedback to parents and collaborate with peers to improve the overall learning experience. A Bachelor's Degree in education and relevant teaching certifications are typically required.

THERE'S AN AI FOR THAT

Related jobs



Business Education Teacher

AI Impact: 15%
AI Tasks: 769
AIs: 3,406



Educator

AI Impact: 20%
AI Tasks: 166
AIs: 1,314



Elementary School Teacher

AI Impact: 20%
AI Tasks: 159
AIs: 1,248



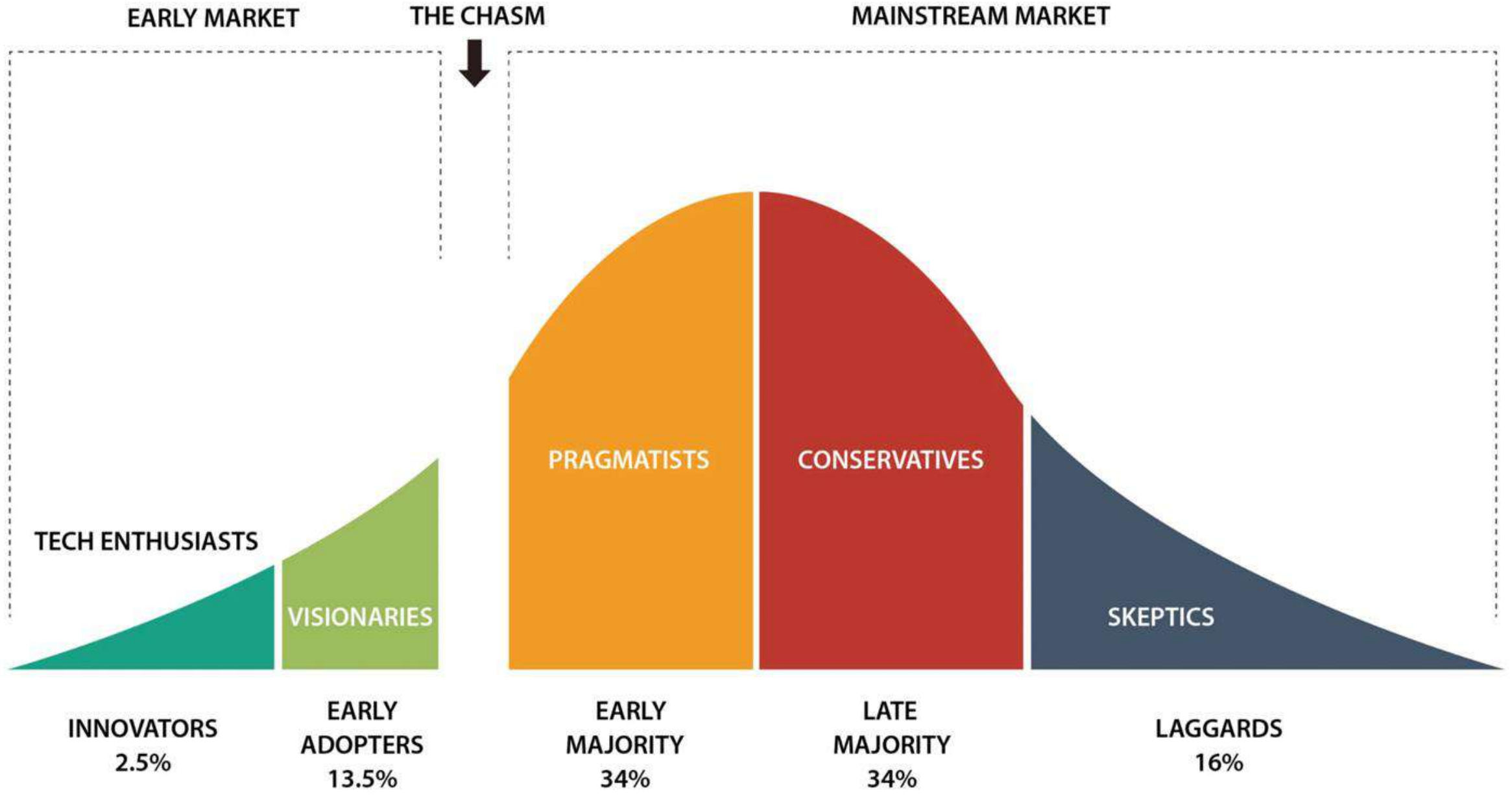
English Teacher

AI Impact: 20%
AI Tasks: 154
AIs: 1,228



School Teacher

AI Impact: 10%
AI Tasks: 707
AIs: 3,064



New AI classifier for indicating AI-written text

We're launching a classifier trained to distinguish between AI-written and human-written text.

As of July 20, 2023, the AI classifier is no longer available due to its low rate of accuracy. We are working to incorporate feedback and are currently researching more effective provenance techniques for text, and have made a commitment to develop and deploy mechanisms that enable users to understand if audio or visual content is AI-generated.

We've trained a classifier to distinguish between text written by a human and text written by AIs from a variety of providers. While it is impossible to reliably detect all AI-written text, we believe good classifiers can inform mitigations for false claims that AI-generated text was written by a human: for example, running automated misinformation campaigns, using AI tools for academic dishonesty, and positioning an AI chatbot as a human.

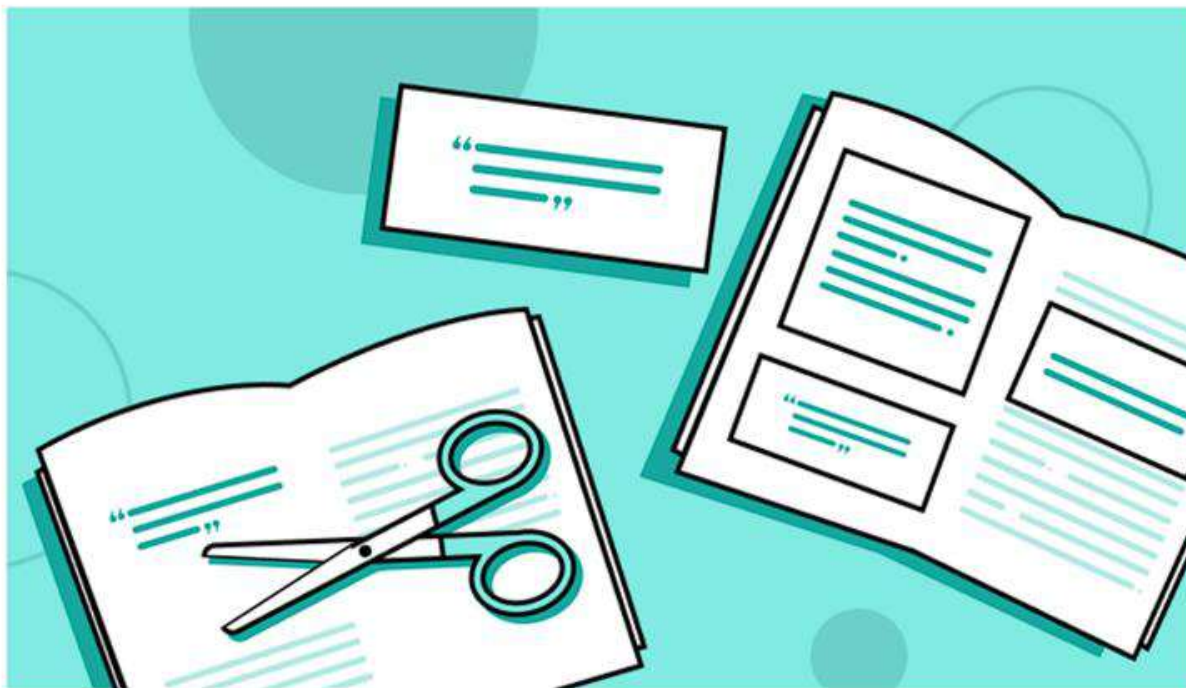
Our classifier is not fully reliable. In our evaluations on a "challenge set" of English texts, our classifier correctly identifies 26% of AI-written text (true positives) as "likely AI-written," while incorrectly labeling human-written text as AI-written 9% of the time (false positives). Our classifier's reliability typically improves as the length of the input text increases. Compared to our previously released classifier, this new classifier is significantly more reliable on text from more recent AI systems.

[Writing Skills](#) [AI Writing](#) [Academy](#)

9 Steps to Avoid Plagiarism as a Student (Including Using AI)



Ben Pines • Updated: May 23, 2023



There are two main reasons why you should worry about plagiarism as a student:

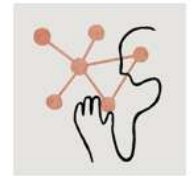
¿Qué es la IA?



IA:
Sistema que imita pensamiento y acciones humanas.



Machine Learning:
Sistemas que aprenden basados en grandes cantidades de datos.



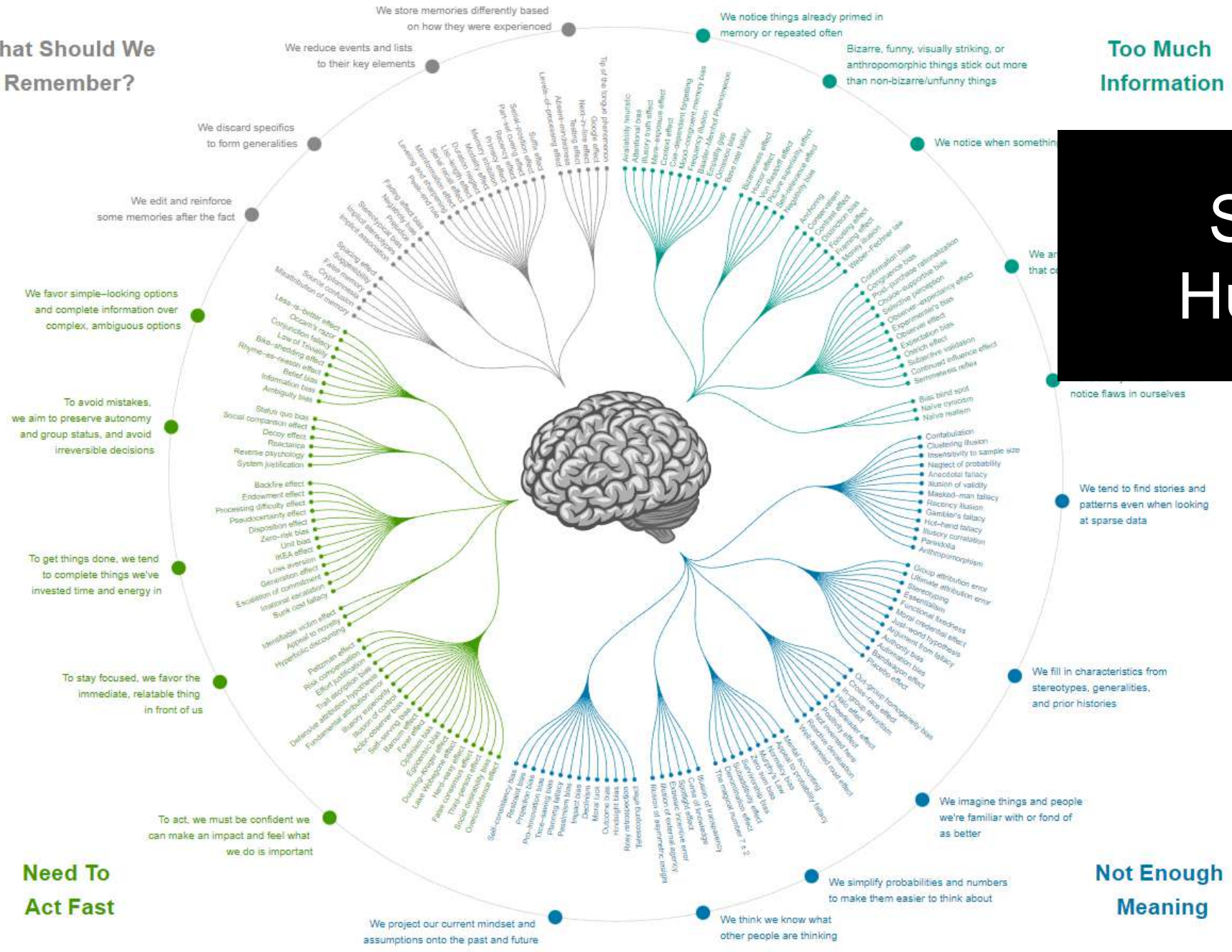
DEEP Learning:
Sistemas que funcionan (simulan) redes neuronales como los humanos.

THE COGNITIVE BIAS CODEX

What Should We Remember?

Too Much Information

Sesgos Humanos



Need To Act Fast

Not Enough Meaning

<https://tactiq.io/>



Tactiq stands with our friends, colleagues, and families in Ukraine, and with all people of Ukraine.

[Support](#)



[Use Cases](#) ▾ [AI Meeting Kits](#) [Pricing](#) [Resources](#) ▾ [Vision](#) [Impact](#)

[Log In](#)

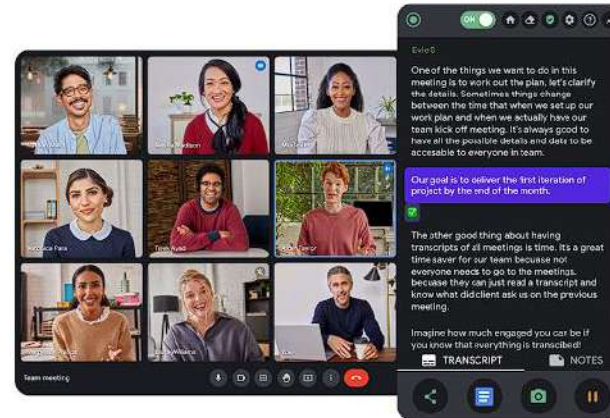
[Get Started](#)

Lead the conversation, we'll take care of the notes

With Tactiq's real-time transcription of Google Meet, Zoom, MS Teams and Webex you'll never miss a word.

[Add to Chrome it's free](#)

English, Español, Português, Français, & Deutsch and 10 others



Loved by 250,000 Users in 10,000 Organisations



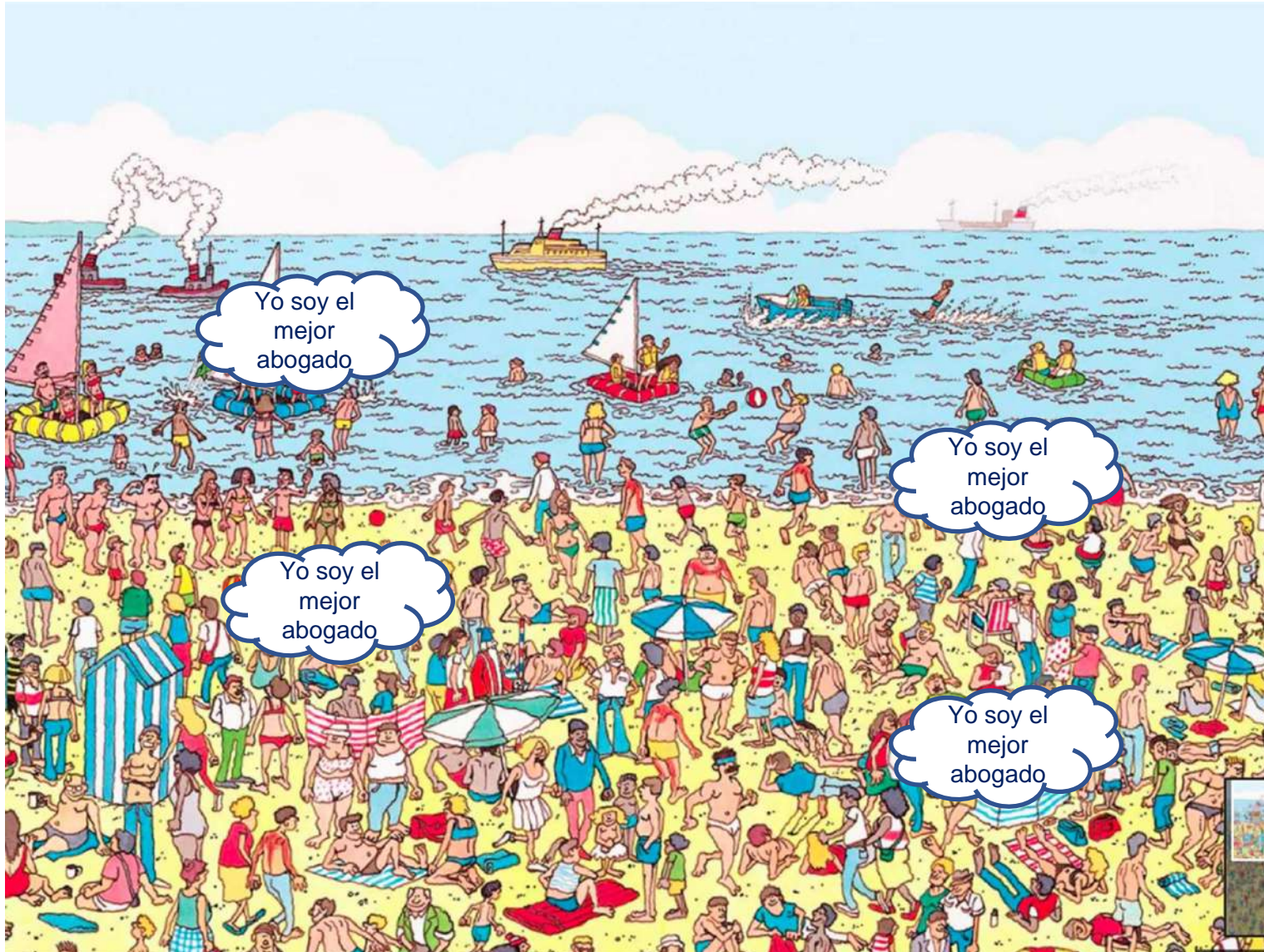
Use Generative AI with your next meeting. [Learn more](#) →



**Estrategias
digitales que
funcionan y que
NO funcionan**

Hacer Marketing para HUMANOS

FUNCIONA: Tener una Propuesta Única de Valor



¿QUIERES EL DIVORCIO?

DIVORCIARTE SIN
COMPLICACIONES.

\$ 3,500*

MINIMOS
REQUISITOS

HAZ TU RESERVA



81 3705 1346

"DERECHO CON PROPÓSITO,
RESULTADOS CON INTEGRIDAD."
TUABOGADOENUNCLICK

**NO TE QUIEREN FIRMAR
EL DIVORCIO?**

TE PODEMOS ASESORAR



Hacer Marketing para HUMANOS

NO FUNCIONA: Grabar videos en tu “argot”

El argot en marketing se refiere al uso de términos, frases o jerga que son específicos de una industria, un grupo demográfico o una subcultura. Estos términos son a menudo utilizados para comunicarse de manera más eficiente y efectiva dentro de un grupo específico, y pueden ser incomprensibles o tener diferentes significados para personas ajenas a ese grupo.

LO QUE VEREMOS EN ESTE VIDEO

- Modalidad 40 Financiada.
- Conversación de Derechos.
- Semanas no reconocidas IMSS



Hola Qué tal Soy el licenciado Leonardo abogado especialista en seguridad social y en este vídeo te voy a hablar acerca de la modalidad 40 financiada es decir si tú quieres tener la modalidad 40 y no tienes el recurso necesario para poderla pagar, No te preocupes tu servidor te puede ayudar con el financiamiento además hablaremos de qué puedo hacer tengo muchos años sin cotizar es decir si tú tienes más de 5 10 15 20 o hasta 30 años que no has cotizado el seguro social, qué estrategia legal podemos aplicar para que ya puedas pensionarte? Entrando en materia acerca de el vídeo, el primer tema que veremos es la modalidad 40 financiada es decir qué es?

Hacer Marketing para HUMANOS

NO FUNCIONA: Crear contenido sin estrategia post-lanzamiento



Hacer Marketing para HUMANOS

NO FUNCIONA: Grabar videos sin agregar valor rápido o captar atención constante.



3 segundos para entender de que trata el video y “engancharme”

10 segundos para saber si el video puede aportarme valor.

50% del video para terminar de verlo.

Gen Z define lo anterior en un 1 segundo.

Hacer Marketing para HUMANOS

FUNCIONA: Hacer videos pero saber leer las métricas

Reproducciones

¿Cuánto miran tu video?

¿Retención?

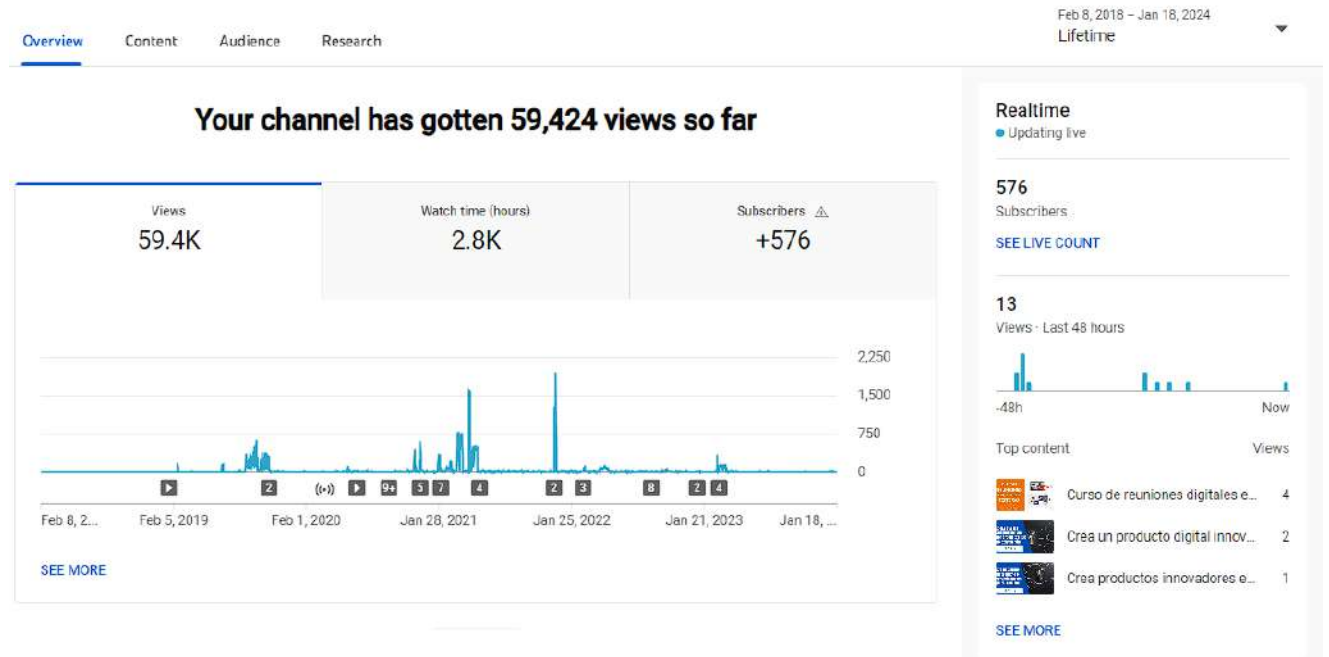
% personas que completan el video

Seguidores que generó

Compartidos

Feedback positivo vs Negativo

Replay



61 Videos

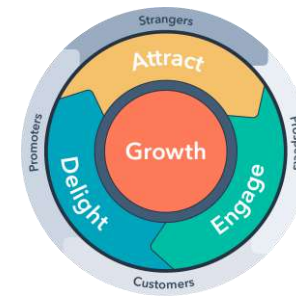
5 clientes

1 socia en Madrid.

+200,000 USD Ingresos

\$25,000 Inversión

Enamora poco a poco a tu mercado. Ejemplo Abogado Modalidad 40



Semana 1: Fase de Atracción

- **Contenido Educativo:** Publica artículos de blog y videos explicando qué es la modalidad 40 del IMSS y sus beneficios. Incluye casos de estudio o testimonios de clientes satisfechos.
- **SEO y Redes Sociales:** Optimiza el contenido para SEO y compártelo en redes sociales, enfocándote en plataformas donde tu público objetivo es más activo (como Facebook y LinkedIn).
- **Publicidad Pagada:** Lanza anuncios en redes sociales y Google Ads dirigidos a personas cercanas a la edad de jubilación, utilizando palabras clave relevantes.

Semana 2: Fase de Interacción

- **Webinars o Charlas Online:** Organiza un webinar gratuito sobre cómo prepararse para la jubilación y el proceso de pensionarse bajo la modalidad 40.
- **Consultas Iniciales Gratuitas:** Ofrece consultas gratuitas para evaluar casos individuales y asesorar sobre los pasos a seguir.
- **Email Marketing:** Empieza a enviar una serie de correos electrónicos con información útil sobre pensiones, enfocándote en la modalidad 40 y cómo puedes ayudar.

Semana 3: Continuación de la Fase de Interacción y Comienzo de la Fase de Deleite

- **Seguimiento Personalizado:** Realiza seguimientos personalizados a través de llamadas o correos electrónicos a los interesados que han asistido al webinar o solicitado consultas.
- **Contenido Avanzado:** Publica contenido más detallado, como guías o checklists para pensionarse, exclusivos para suscriptores de tu lista de correo.

Semana 4: Fase de Deleite

- **Testimonios y Casos de Éxito:** Comparte historias de éxito de clientes que se han pensionado exitosamente gracias a tu asesoría.
- **Encuestas de Satisfacción:** Envía encuestas a clientes actuales y potenciales para obtener feedback sobre tu servicio y contenido.
- **Referral Program:** Implementa un programa de referidos donde clientes satisfechos puedan referir a amigos o familiares a cambio de una consulta gratuita o un descuento en servicios futuros.

Hacer Marketing para HUMANOS

FUNCIONA: Invertir la cantidad correcta para tener retorno a **LARGO PLAZO**



Una inversión correcta va de el 8%(productos) al 18%(servicios) máximo de lo que queremos facturar en el año.

Ej: \$1,000,000.00 a facturar
Inversión de \$80,000 a \$180,000
50% debe ser la pauta.
50% la operativa.

Debes invertir en obtener **CLIENTES**, **NO VENTAS.**

**La promoción correcta
de un anuncio es la
diferencia entre invertir
y “quemar” dinero en
una fogata virtual.**





Desde 2023 importa más lo que dices en tu video y escribes en anuncio que la segmentación al pautar.

Escribe pensando que pronto una inteligencia artificial va a leer tu artículo y no un humano.



30 de noviembre de 2023 · 🌐



Modalidad 40 IMSS - FINANCIADA

En nuestra misión de asistir a adultos mayores en la obtención de su pensión del IMSS, facilitamos el acceso a montos mensuales de hasta 59 mil pesos mediante nuestra estrategia legal especializada.

Esta información está dirigida a personas de 55 a 65 años que aún no han sido pensionadas y buscan obtener beneficios significativos. Hemos guiado a numerosos adultos mayores hacia una pensión con sumas que alcanzan hasta los 59 mil pesos al mes.

Si te encuentras en la categoría mencionada y estás considerando pensionarte bajo la Ley del Seguro Social de 1973, es fundamental que comprendas la Modalidad 40 IMSS y cómo puede contribuir a aumentar tu pensión hasta en un 300%.

¿Cómo opera este proceso?

La Continuación Voluntaria al Régimen Obligatorio, también conocida como Modalidad 40 IMSS, es un derecho y beneficio establecido por ley para los trabajadores que empezaron a cotizar en el IMSS antes del 1° de julio de 1997.

Este método implica realizar aportaciones voluntarias que solo son posibles si el trabajador ha dejado de cotizar con un patrón. De esta manera, es posible mejorar el promedio salarial, acumular semanas y, como consecuencia, obtener una pensión mejorada, todo de acuerdo con la legislación vigente.

El incremento en el monto de la pensión se logra mediante la combinación de dos factores fundamentales:

- I. Aumento en el número de semanas cotizadas ante el IMSS.
- II. Mejora en el promedio salarial de los últimos 5 años cotizados.

Te brindamos la oportunidad de elevar el monto de tu pensión al incrementar tu promedio salarial y aumentar las semanas cotizadas ante el IMSS. Todo este proceso se realiza de manera completamente legal, aprovechando los beneficios que la ley te concede.

Tip: Escribe la pregunta que haría tu cliente y responde esa pregunta en tu post de Facebook.

Ejemplo cambio de texto

Atracción: Descubre la Clave para Maximizar tu Pensión ¿Te imaginas jubilarte con una pensión que supere tus expectativas? Con la Modalidad 40 del IMSS, es más que una posibilidad, es una decisión inteligente que está a tu alcance.

Interés: Una Estrategia Personalizada para tu Futuro Si tienes entre 55 y 65 años y aún no has jubilado, la Modalidad 40 del IMSS te ofrece la oportunidad de aumentar tu pensión hasta en un 300%. Esto no es solo un número: es la tranquilidad y seguridad que mereces después de años de esfuerzo.

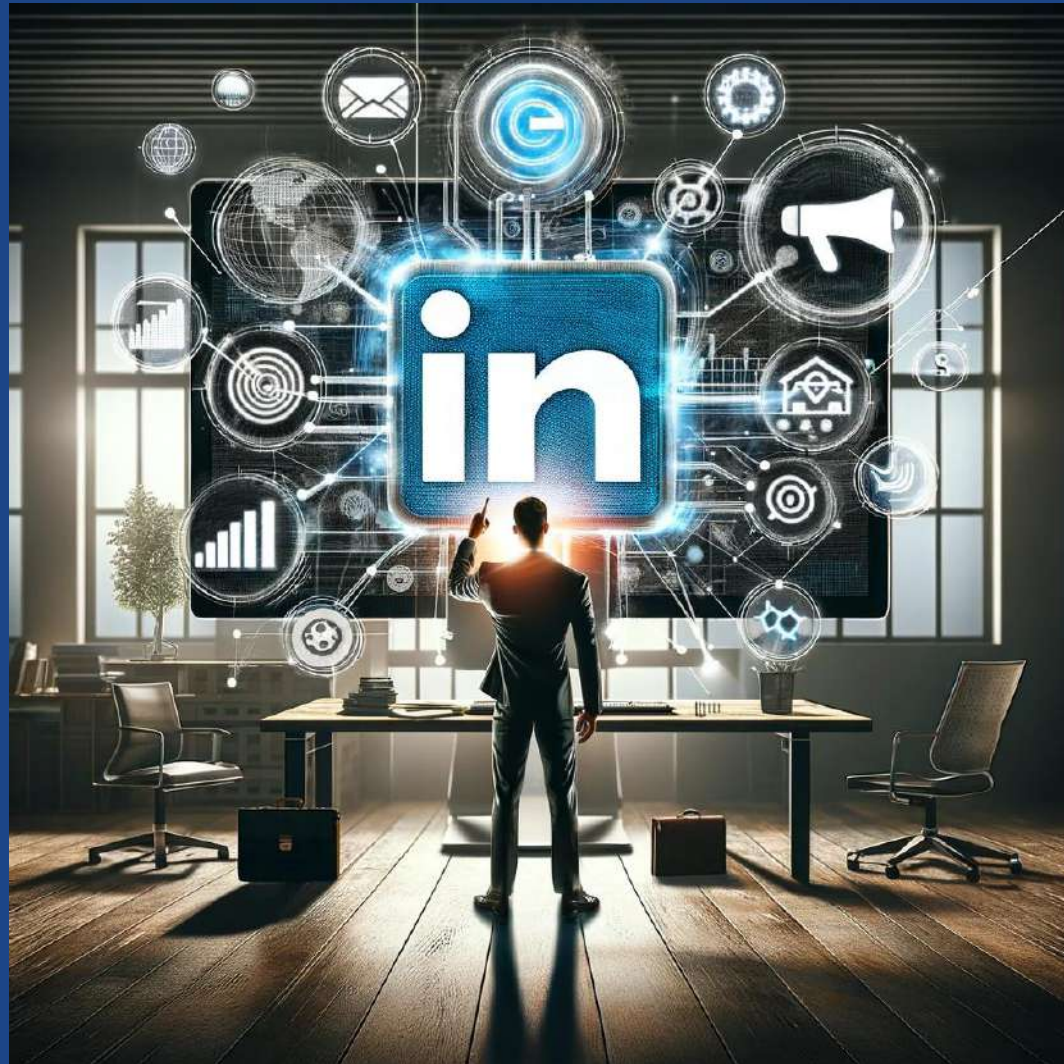
Deseo: Imagina tu Vida con una Pensión de Ensueño Visualiza tu jubilación como siempre la soñaste, con la libertad financiera para disfrutar cada día a tu manera. Nuestro plan estratégico te guía paso a paso para lograrlo, aprovechando cada beneficio legal disponible.

Acción: Da el Primer Paso Hacia una Jubilación Plena No dejes que tus años de trabajo se traduzcan en una pensión que no refleje tu esfuerzo. Contáctanos hoy mismo y permítenos mostrarte cómo la Modalidad 40 del IMSS puede ser el mejor aliado en tu camino hacia una jubilación próspera. ¡Tu futuro brillante está a solo una llamada!



¿Café?

Break 7 min



Como podemos usar LinkedIn para crear una estrategia ganadora de Marketing Digital en 2024 y contactar las personas adecuadas.

Crea un Perfil Ganador

Foto profesional

Imagen de apoyo con frase clara.

Taglines claros.

Di de que temas hablas.

Ubicación.

Red Amplia.

Testimonios.

Aptitudes validadas.



Hernán S. · 2°

Consultor Marketing Digital | Email Marketing | Ecommerce | Performance | CRM

Eduardo ha sido un gran mentor para mí. Compartimos experiencias de Marketing hace ya bastante tiempo y siempre tiene algo nuevo que enseñar para potenciar la disciplina. He aprendido mucho de él y estoy seguro que muchos han agradecido sus conocimientos y profesionalismo para mejorar sus negocios y ventas.



Mauricio Briseño · 2°

Llevemos al siguiente nivel las campañas digitales de tu restaurante. 🚀 | Founder & CEO en Codea
12 de octubre de 2021, Mauricio fue cliente de Eduardo

Eduardo es 100% profesional, domina muy bien los temas de marketing, me gusta trabajar con Eduardo ya que es todo muy gráfico y de esa manera los procesos que va a implementar son bastante claros.



Yuri Vasquez · 2°

Product Owner en Cognitus
6 de octubre de 2021, Yuri fue cliente de Eduardo

Eduardo conoce con tanta profundidad lo que hace y lo hace con tanta pasión que no solo da los resultados que se pueden esperar de él, va mucho más allá.

Es rentable trabajar con Eduardo porque cada inversión que he hecho con él siempre me ha devuelto beneficios. Y sin duda, si prueba algo y le funciona, te contará cómo puedes hacerlo tú.

Empower your sales and marketing journey with our Science-Driven, **Lean Agile Revenue Framework: A fusion of data, AI, human insights, and adaptive agility.**

Eduardo Luna (He/Him) · 1er

Lean Sales & Marketing Evangelist - Digital Business Model Mentor - Global Chamber Member - Miembro Familia ISDVEY

Temas que suele tratar: #b2b, #lean, #ventas, #leansasales y #marketingdigital

Ciudad de México, México · [Información de contacto](#)

Más de 500 contactos

[Enviar mensaje](#) [Más](#)



Miembro de la Familia ISDVEY co-founder

Casa ISDVEY - Autónomo
jun. 2021 - actualidad · 2 años 8 meses
Oaxaca, Oaxaca, Mexico · En remoto

Hace unos años decidimos crear un espacio único para poder conseguir tiempo de calidad para nuestra familia, en un espacio que no solo contara con todo lo necesario para disfrutar cada día, también diera la oportunidad a que este mostrara la historia de nuestras raíces y familia. El amor por ser anfitriones, muchas fiestas y sonrisas compartidas en este espacio, nos lleva hoy a abrir las puertas de este espacio a todos nuestros amigos del mundo que quieran conocer la historia de Oaxaca y vivir como si fueran parte de ella.



Casa ISDVEY Oaxaca All Inclusive [ENG]
Casa ISDVEY - Oaxaca All Inclusive luxury house in Mexico.



Casa ISDVEY Oaxaca All Inclusive
El único verdadero concepto All - Inclusive en Oaxaca.



Board Member

MH Services · Jornada parcial
sept. 2017 - actualidad · 6 años 5 meses
Mexico

Como Mentor certificado de Leanstack por Ash Maurya he ayudado a corporativos y startups B2B y B2C en Colombia, Perú, Estados Unidos y México desde el discernimiento de sus ideas de negocio eligiendo aquellas que tengan gran potencial de escalar y cuenten con un modelo de negocios en innovación continua. De igual forma hemos ayudado con nuestra consultora a que nuestros clientes dupliquen sus ingresos o hagan el cierre de sus ventas anuales en el 30% del tiempo que lo hacían anteriormente.



MHServices - Transformamos el área de ingresos de tu Empresa.
Somos una consultora especializada en habilitar a las áreas de ventas, marketing y producto para que estas cuenten con ingresos escalables, digitales y rentables.

Usa Sales Navigator a tu favor

The screenshot displays the LinkedIn Sales Navigator interface. At the top, the navigation bar includes the LinkedIn logo, 'SALES NAVIGATOR', and menu items: Home, Accounts, Leads, and Messaging. On the right side of the navigation bar are icons for a gift, help, and a user profile.

Below the navigation bar, the interface is divided into several sections:

- Lead/Account:** A tabbed interface with 'Lead' selected. A 'Collapse' button is visible.
- Search:** A search bar with the placeholder 'Search keywords'. To its right are 'Saved searches', 'Personas', and an 'Export with Evaboot' button.
- Filters:** A section on the left indicates '4 filters applied' and 'Pin filters'. It is divided into two columns:
 - Company:** Includes filters for 'Company headcount' (11-50), 'Current company' (Kabam (1)), 'Past company', 'Company type', and 'Company headquarters location'.
 - Personal:** Includes filters for 'Connection', 'Geography' (United States), 'Industry' (Software Development), 'Years of experience', 'Connections of', 'Groups', 'First name', 'Last name', 'Profile language', 'TeamLink connections of', and 'School'.
- Role:** A section on the left with filters for 'Current job title' (CEO), 'Past job title', 'Function' (Engineering (89K+)), and 'Seniority level'.
- Actions:** At the bottom left, there are buttons for 'Share search', 'Clear all', and 'Save search'.

The main content area on the right shows search results for 13K+ results. Each result card includes a profile picture, name, title, company, location, and duration in role/company. Action buttons for 'Save' and 'Message' are present for each result.

- Ran Meriaz** - 2nd · American Data Solutions (ADS), Atlanta, Georgia, United States, 12 years 5 months in role | 12 years 5 months in company. 71 shared connections. Posted on LinkedIn.
- Dave Boos** - 3rd · Cornerstone Consulting, Inc., Clearwater, Florida, United States, 40 years 8 months in role | 40 years 8 months in company. About: Cornerstone Consulting has been providing business automation solutions to some of the ...see more.
- Matt Weeks** - 2nd · CEO and Founder · HealthyOps - (a service of WorkersCount), Redwood City, California, United States, 8 years 8 months in role | 8 years 8 months in company. About: ROLES: CEO | GM | Head of Ecosystem | Bus Dev | Corp Dev | Strategy | GTM | Tech Transf...see more. 1 shared connection. Posted on LinkedIn.
- Jennifer Logsdon** - 3rd · Co-Founder, CEO · Camvio Inc., Los Angeles, California, United States, 4 years 8 months in role | 4 years 8 months in company. About: "I'm passionate about Efficiency and Change Management within our industry. It's critical ...see more. Posted on LinkedIn.
- Tim Beck** - 2nd

At the bottom right, a tooltip says 'Add Kabam (1) to filters'.

Fusiona Sales Navigator con Octopus

OCTOPUS

Alexandra Wilson

- Dashboard
- Connect** 198
- Message 200
- Visit 213
- Endorse 139

Billing

Contact us

© octopus

Connect

Default campaign ▾ + Create 🗑 Delete ⚙ Tools

Personalize:

%%first_name%% %%last_name%%

%%company%% %%position%%

Hi %%first_name%%,

Your profile came up on LinkedIn as someone I should connect with so I wanted to reach out and introduce myself. Let's connect and explore ways we might be able to benefit one another's network.

Alexandra

3290 Forward Extract Data 🗑

How many users to connect?

Launch Import Export

Premium Cut ▾ Forward Recent first ▾ 🗑

<input type="checkbox"/>	Victoria	Russell	Founder and CEO at Damon
<input type="checkbox"/>	Tanya	Williamson	Founder and CEO
<input type="checkbox"/>	Robert	Jones	Founder
<input checked="" type="checkbox"/>	Bruce	Richards	Founder and CEO
<input type="checkbox"/>	Max	Henry	Founder and CEO at Damon
<input type="checkbox"/>	Marvin	Robertson	Founder and CEO
<input type="checkbox"/>	Calvin	Miles	Founder
<input type="checkbox"/>	Cameron	Steward	Founder and CEO at Damon
<input type="checkbox"/>	Debra	Flores	Founder and
<input type="checkbox"/>	Theresa	Cooper	Founder and CEO at Damon
<input type="checkbox"/>	Serenity	Warren	Founder and
<input type="checkbox"/>	Francisco	Hawkins	Founder
<input type="checkbox"/>	Wade	Howard	Founder
<input type="checkbox"/>	Francisco	Hawkins	Founder

La crisis el mejor momento para innovar.

Durante las crisis mundiales han nacido grandes compañías y productos, a continuación listamos en orden cronológico desde la gran depresión al presente.

- Post Gran Depresion 1930s: Disney, Hewlett-Packard, Lego.
- Post Segunda Guerra Mundial II 1940s: Sony.
- Crisis Petrolera 1970s: Microsoft, Apple.
- Crisis de Energía 1980s: Electronic Arts, Adobe, Whole Foods.
- Burbuja del Puntocom 2000s: Apple launches iPod and the iPhone, Mailchimp.
- Gran recesión de 2009: Uber, Slack, Airbnb.
- COVID-19 2020s: Por verse.



SONY



mailchimp

Uber





**Pasos para crear
contenido digital que SÍ
atraiga y convierta.**

¿Quieres convertir?

Aprende a

P
E
S
C
A
R



¿Quieres convertir?

Aprende a

Plataforma

Enfoque

Seguimiento

Contenido

Agregar Valor

Relato



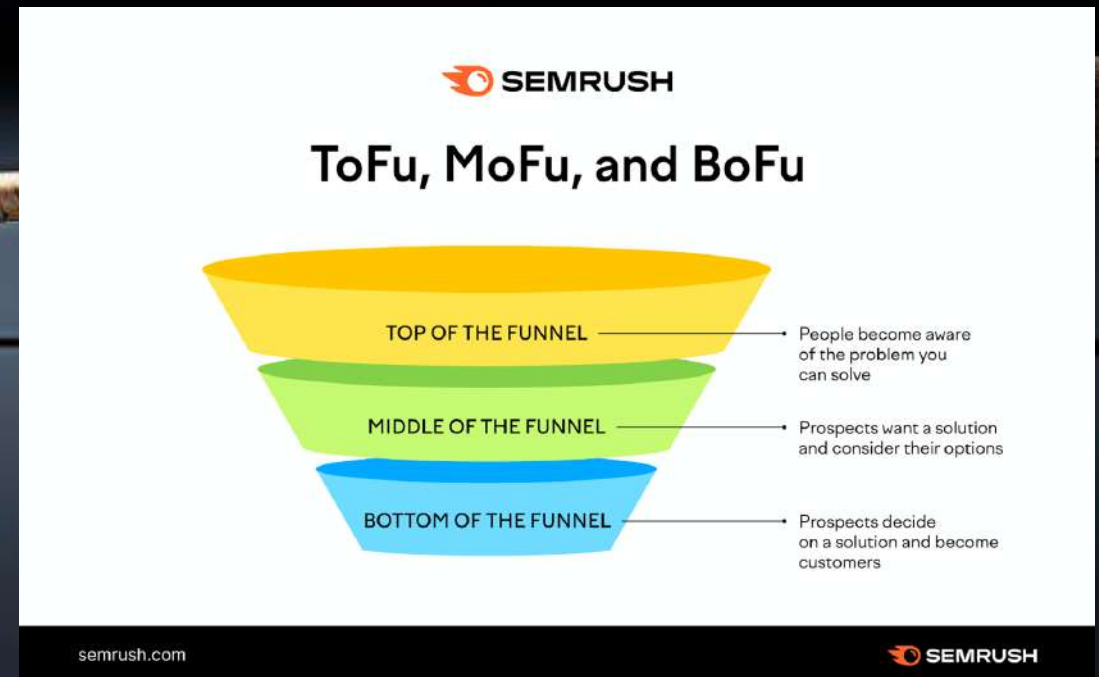
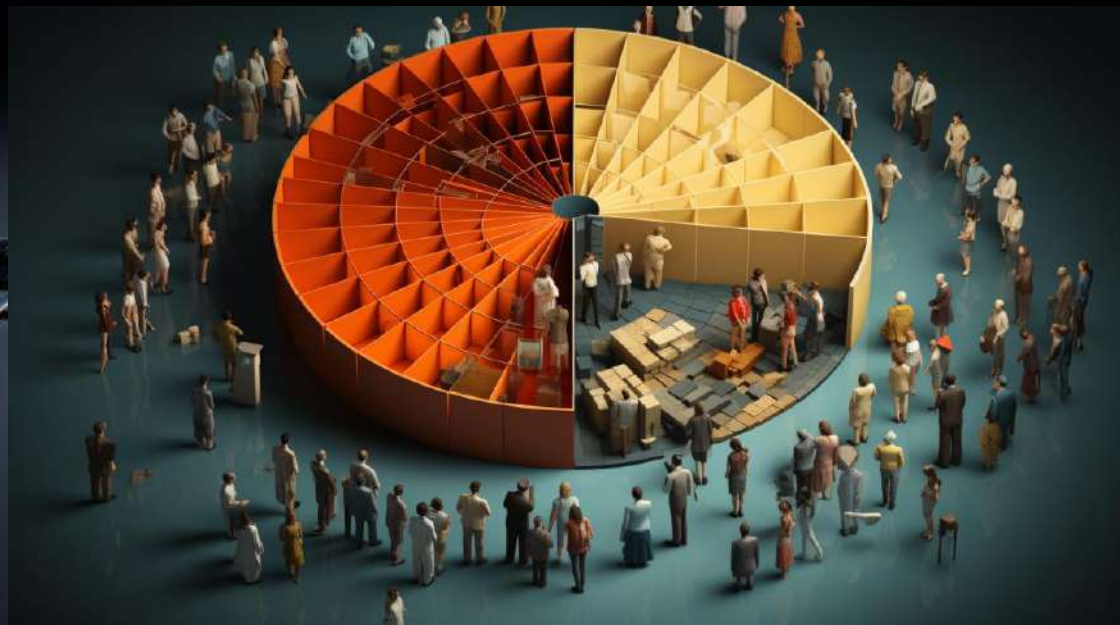
¿Quieres convertir?

Plataforma: Elige el canal adecuado para tu audiencia y contenido.



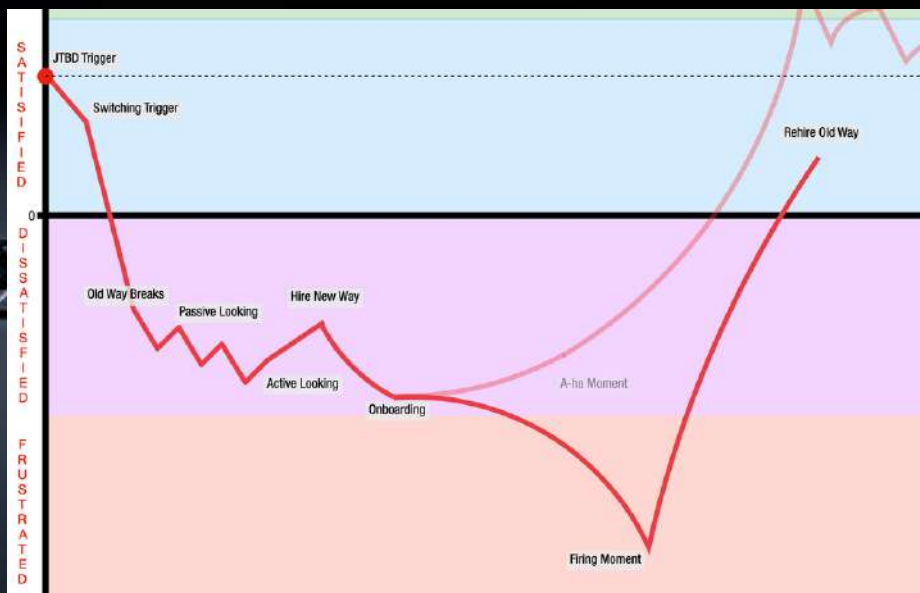
¿Quieres convertir?

Enfoque: Tu estrategia y técnica de lanzamiento, basada en la segmentación y el momento adecuado.



¿Quieres convertir?

Seguimiento: El sistema de retargeting y seguimiento, como el carrito que mantiene conectados a los usuarios.



¿Quieres convertir?

Contenido: El anzuelo que atrae y capta la atención inicial.

TikTok Creative Center Inspiration Trends Creative Tools Education

About this ad

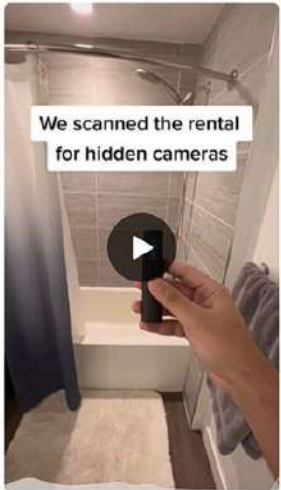
Share Copy Link Save

Region View all (40)	Industry Hardware & Electrical
Objective View all (3)	Brand name Hidden Cams Everywhere
Landing Page https://cronusshop.com/products/2023-hid...	Ad caption Hotel Room Camera :O - Free Shipping

Ad performance

Likes 6K	Comments 41	Shares 1K
CTR Top 3%	Budget High	

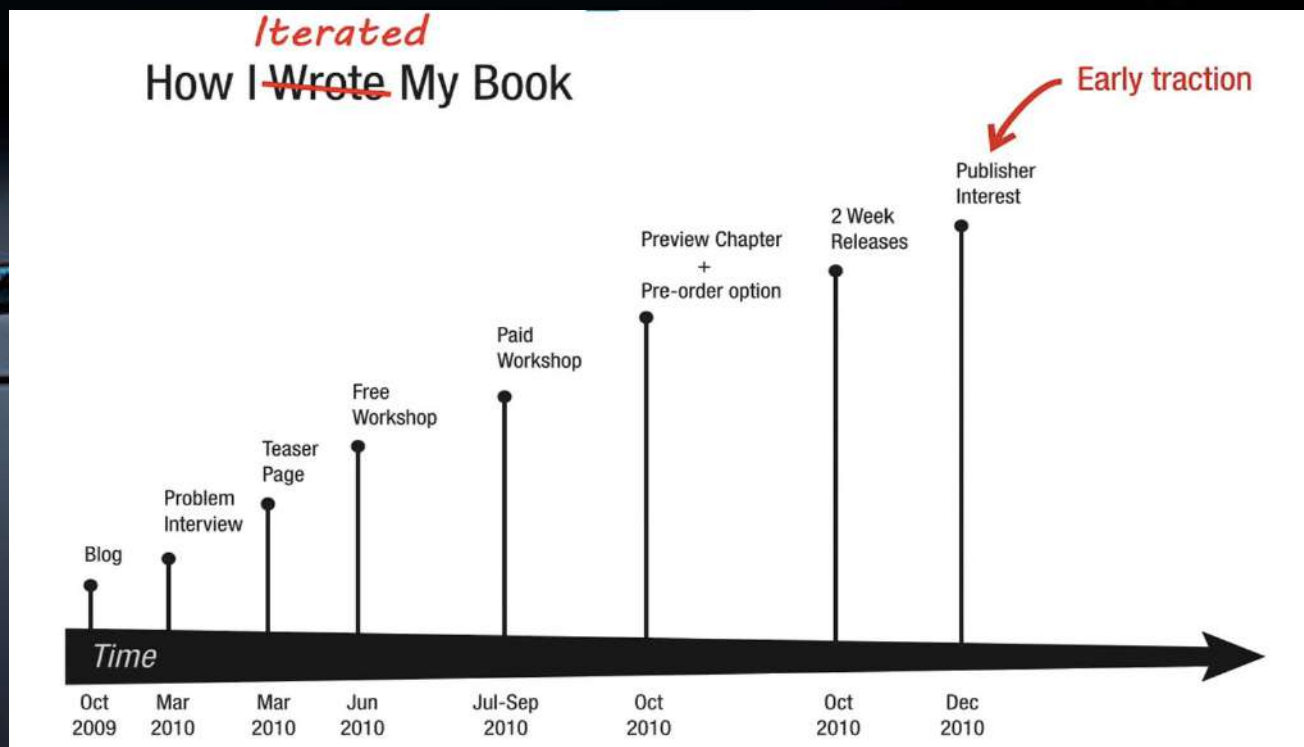
Creative summary



Source: TikTok Ads Manager

¿Quieres convertir?

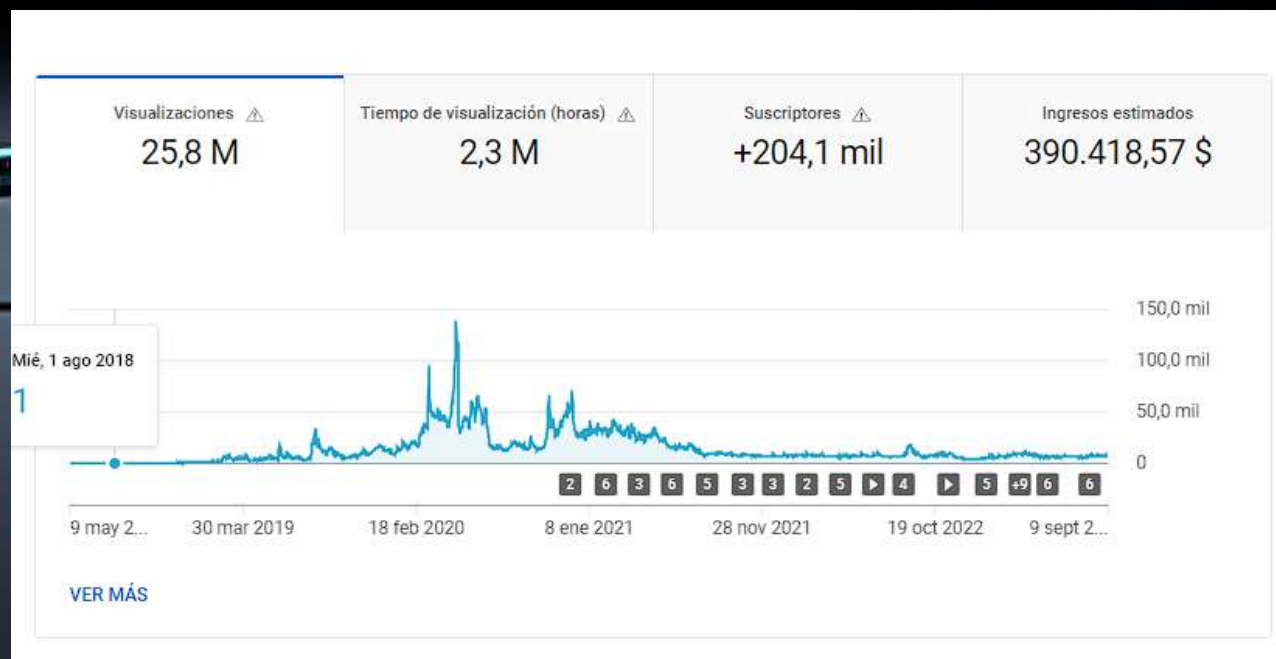
Agregar Valor: El valor que ofreces, ya sea una oferta, descuento o información valiosa.



¿Quieres convertir?

Aprende a

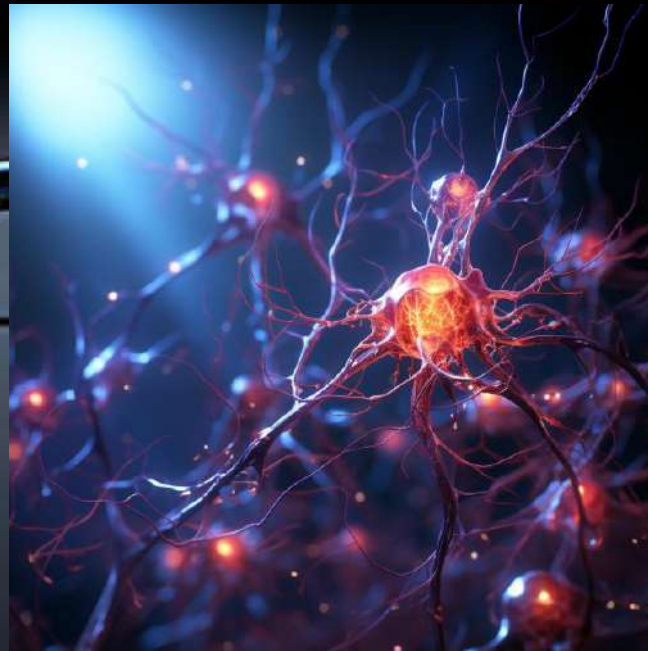
Relatar: La narrativa o historia que estás contando, que conecta y mantiene el interés de tu audiencia.



¿Quieres convertir?

Aprende a

Relatar: La narrativa o historia que estás contando, que conecta y mantiene el interés de tu audiencia.





THE CUSTOMER FORCES MODEL

A customer behavior model



**“Make a
Customer
not a Sale”**



Muchas Gracias

Eduardo Luna

4421589867

eduardoluna@mhservices.mx