

Societat en transformació

Negocis en transformació

Públics en transformació

genís roca

@genisroca

novembre 2020



Generalitat de Catalunya
Institut Català
de les Empreses Culturals

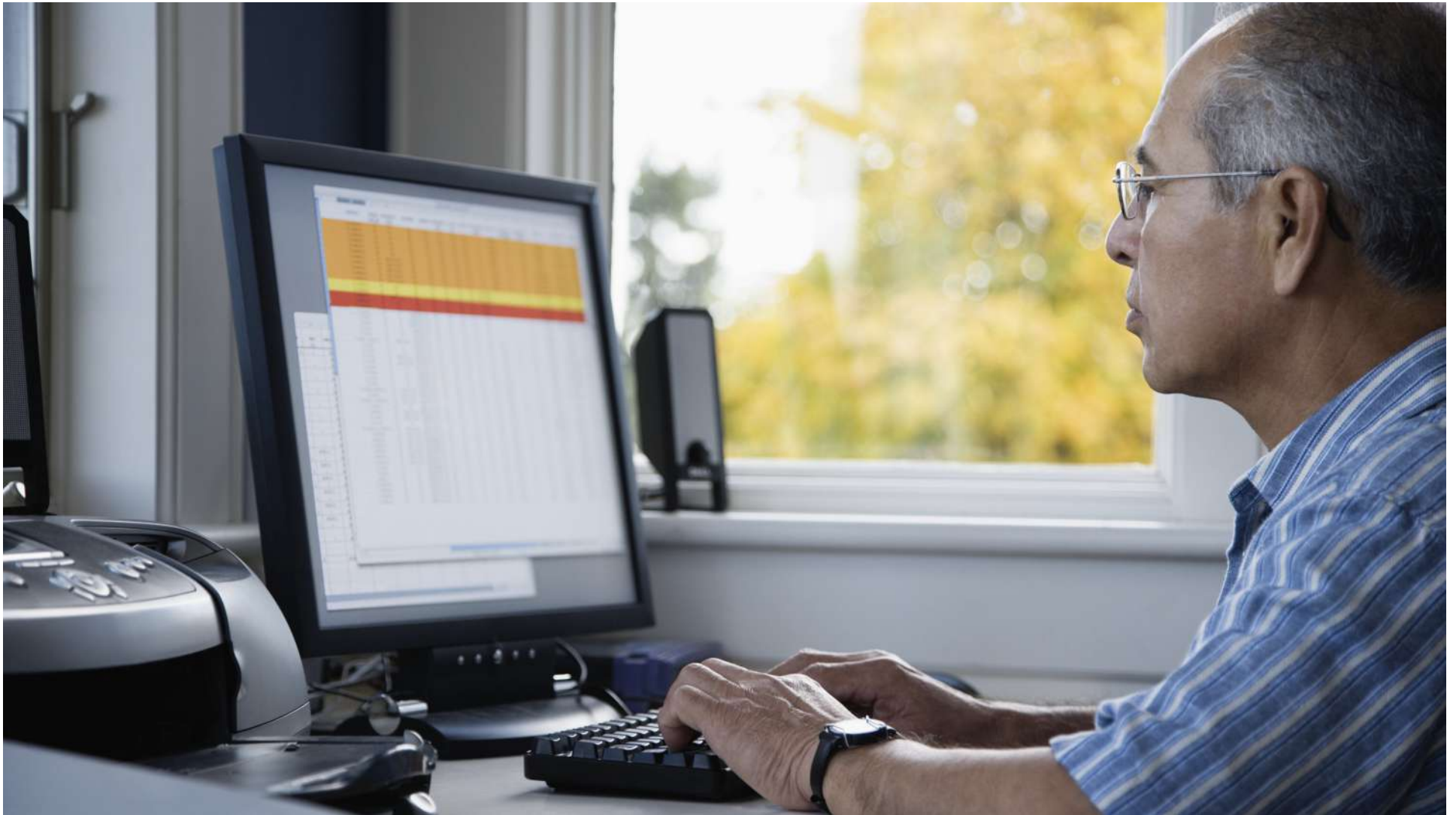
VI Jornades de Màrqueting Cultural. El nou
paradigma cultural. Públics en transformació

Societat en transformació

sde



sde



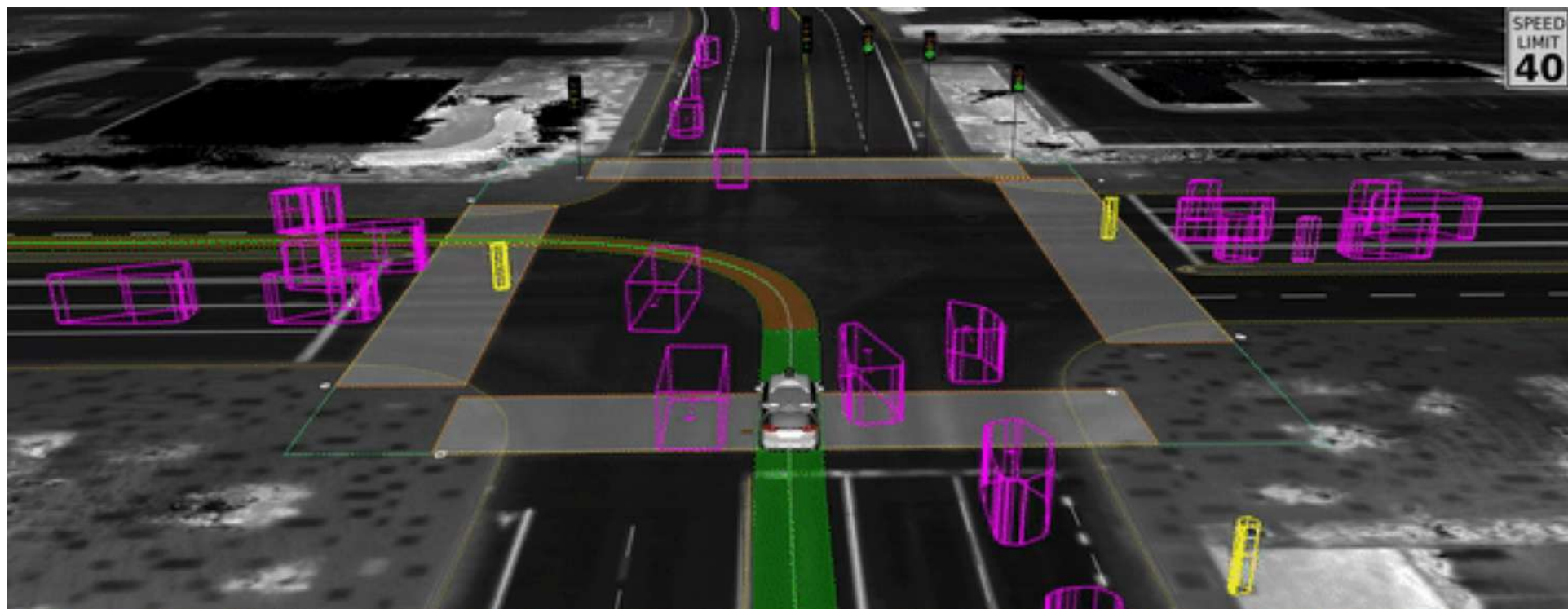


sde



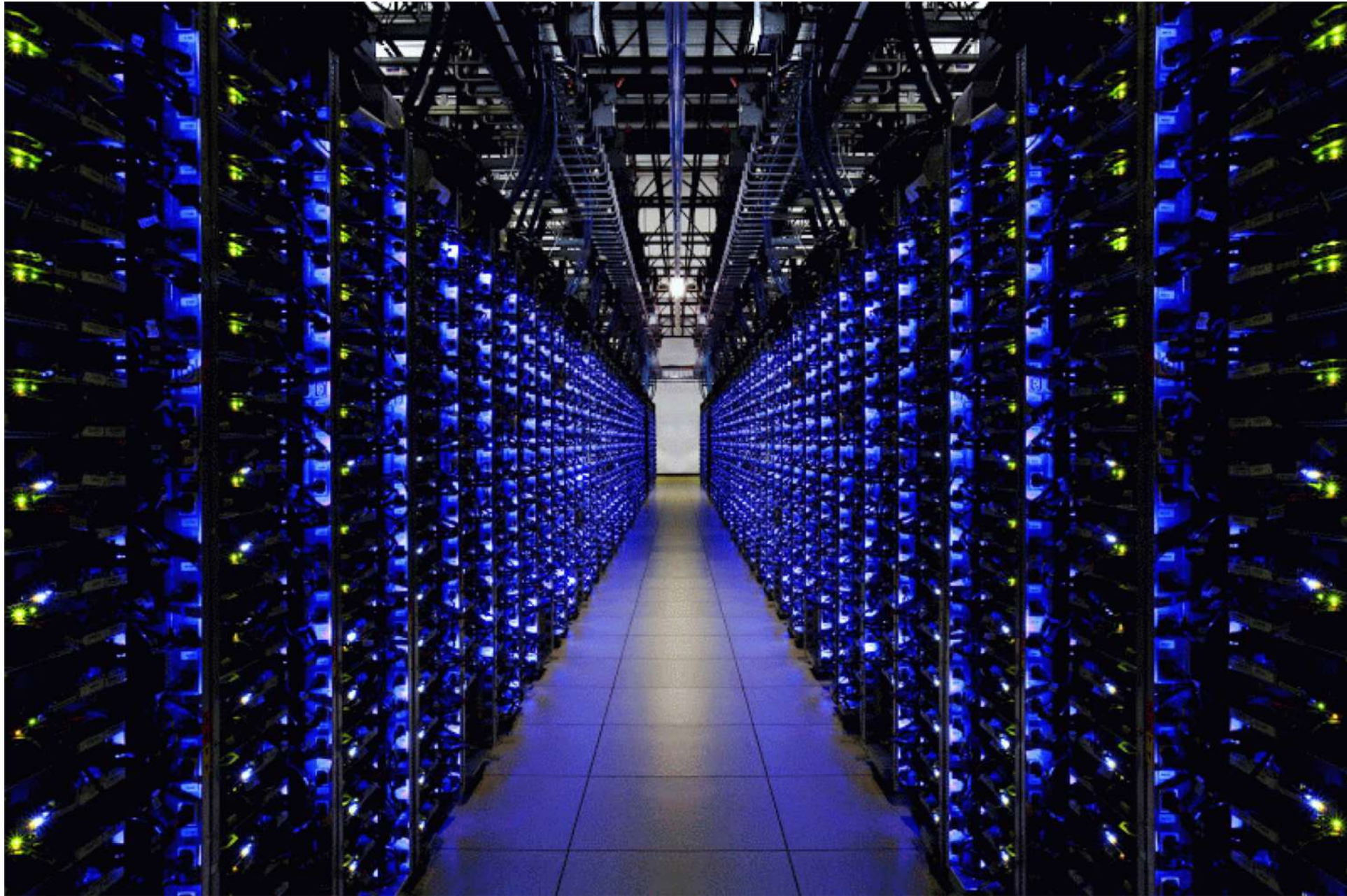






Negocis en transformació

sde



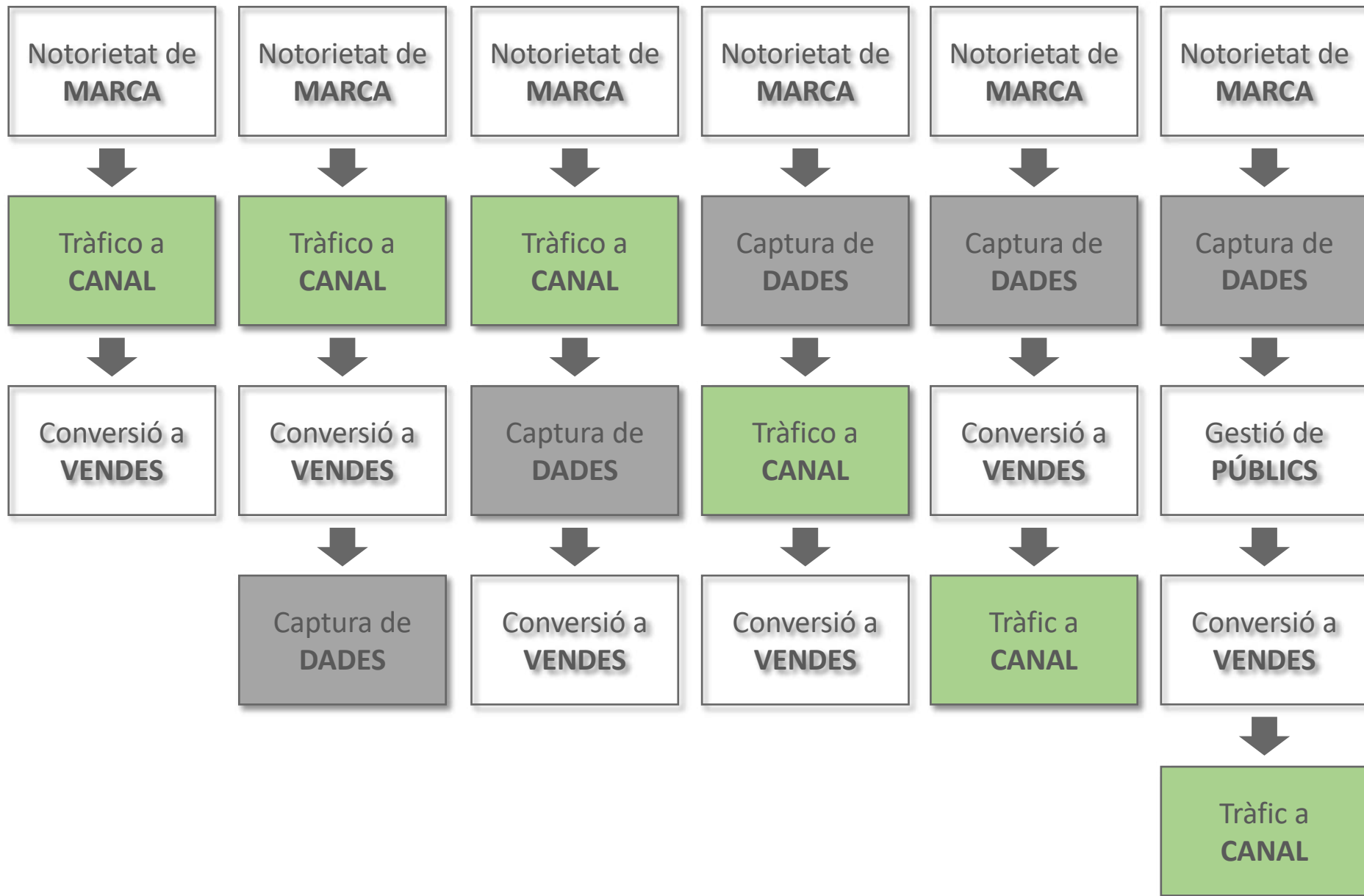
sde

De : no em trobo bé
vaig a trucar al metge

A : m'ha trucat el metge
diu que no em trobaré bé



serveis proactius
personalitzats
basats en dades
en temps real





De : enviar tràfic al canal

A : conèixer al client

De : producte

A : servei

PRECAMB

L'uni acc el ple

PSC centren la campanya no a la independència



EL PU

Solidari municipal

DRAMA - Centenars d'alcaldes i regidors de Junts pel Sí es comprometen a acollir refugiats



el Peri

ENQUESTA DEL GESOP A Els electors volen que c

Ampli rebuig a la secessió unilateral amb una majoria tan sols en escorcs



Purito, a un segon del

LA VANGUARDIA

La 'internet de les coses' i la llar connectada



Les víctimes del malhi crisen que esten en una zona segura

La reforma del TC busca esquivar una suspensió de l'autonomia

- Rajoy vol frenar en sec que Mas crei estructures d'Estat
- Els membres del Constitucional temen per l'estabilitat de l'òrgan

El vicerel de Catalunya i el president de la Generalitat de Catalunya s'han trobat a Madrid per discutir la reforma del Tribunal Constitucional.

Pedro Sánchez: "Jo també sóc catalanista"



El Papa mobilitza

El papa Francis demana a totes les parròquies i a totes les



Intermediari grans **audiències**

Concentren molta **informació**

Mereixen molta **confiança**

Gestionen de manera molt **segmentada**

Ofereixen **serveis** abans que productes

Optimitzen processos **escalables**

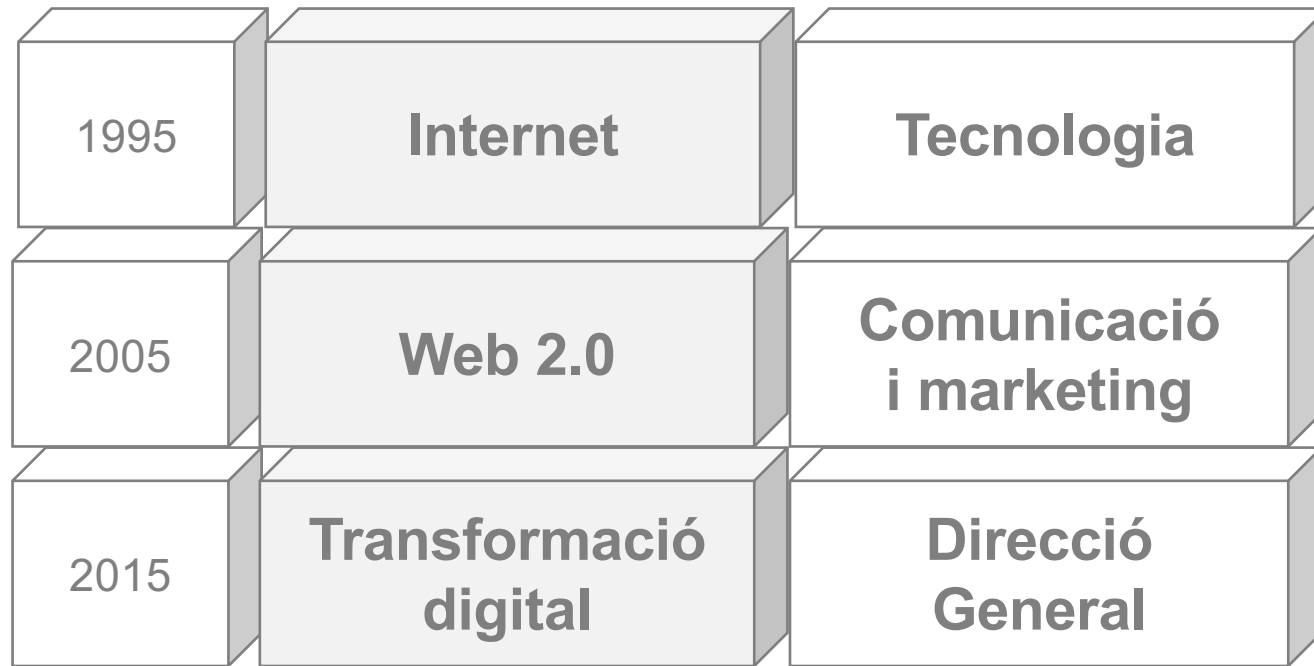
Accepten canvis **disruptius**

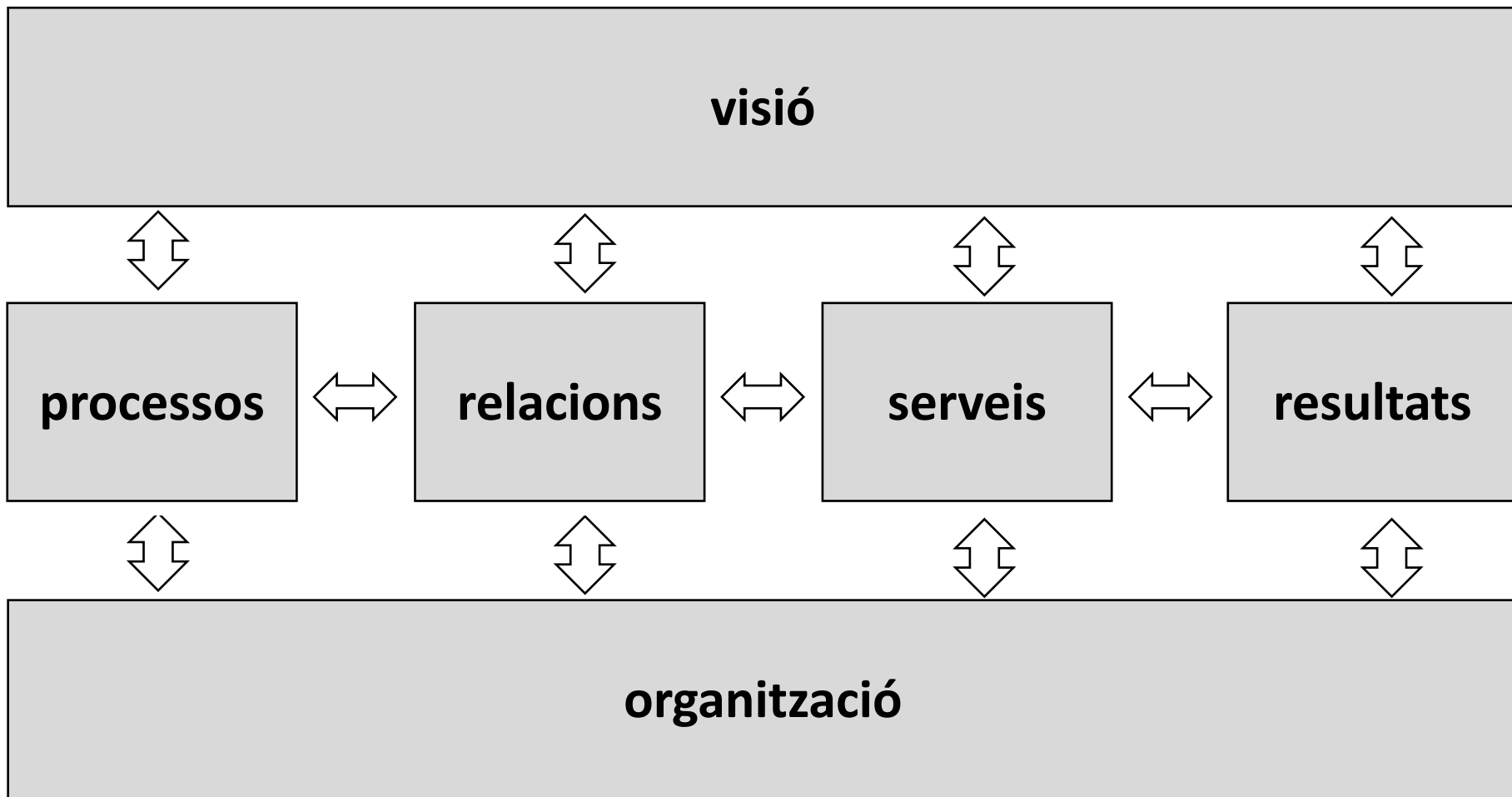
Treballar la marca
Construir bases de dades
Liderar la relació
Dissenyar serveis
Organitzar-se

Assolir **grans audiències**

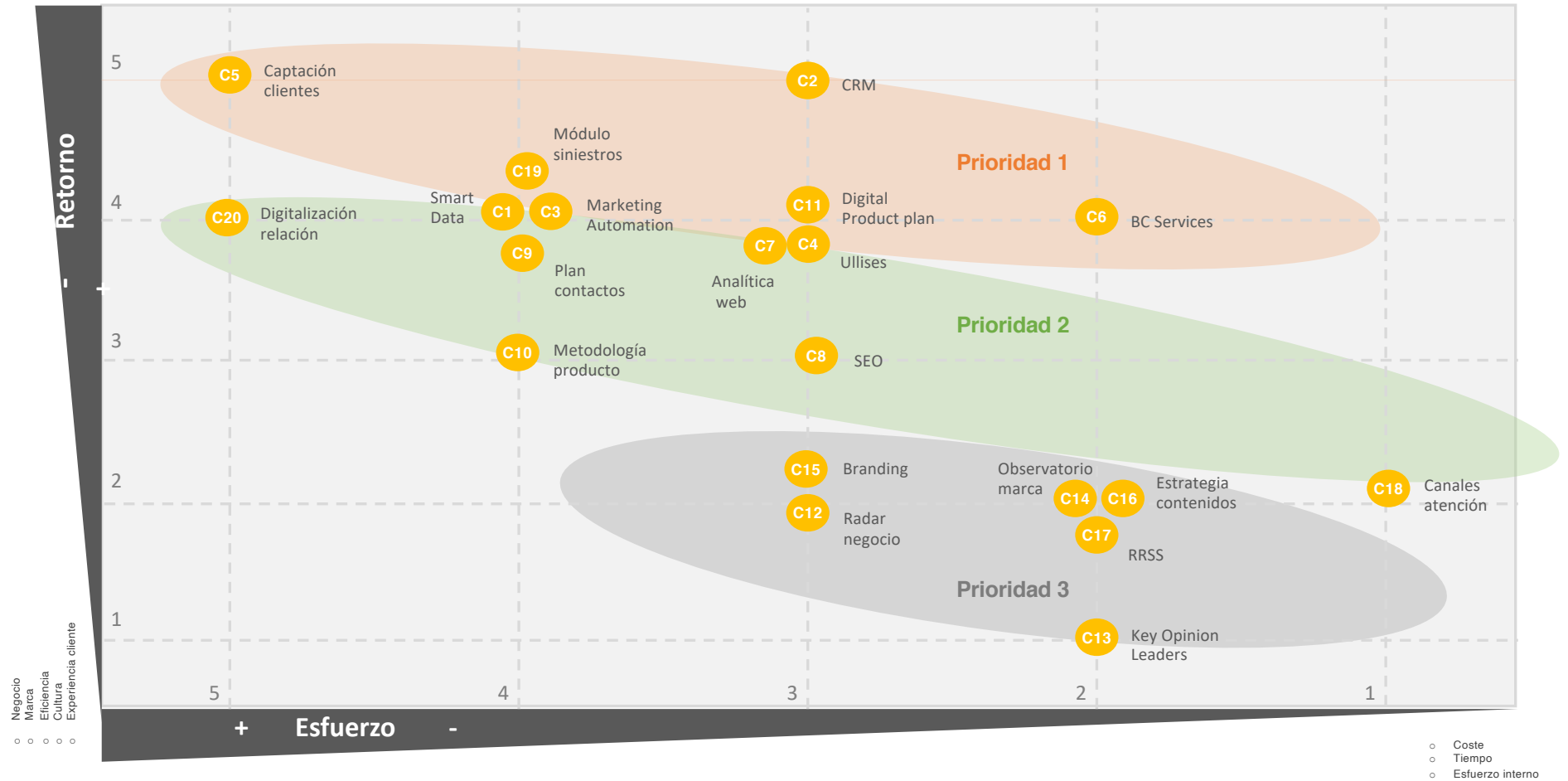
Disseny de **serveis**

Model **organitzatiu**

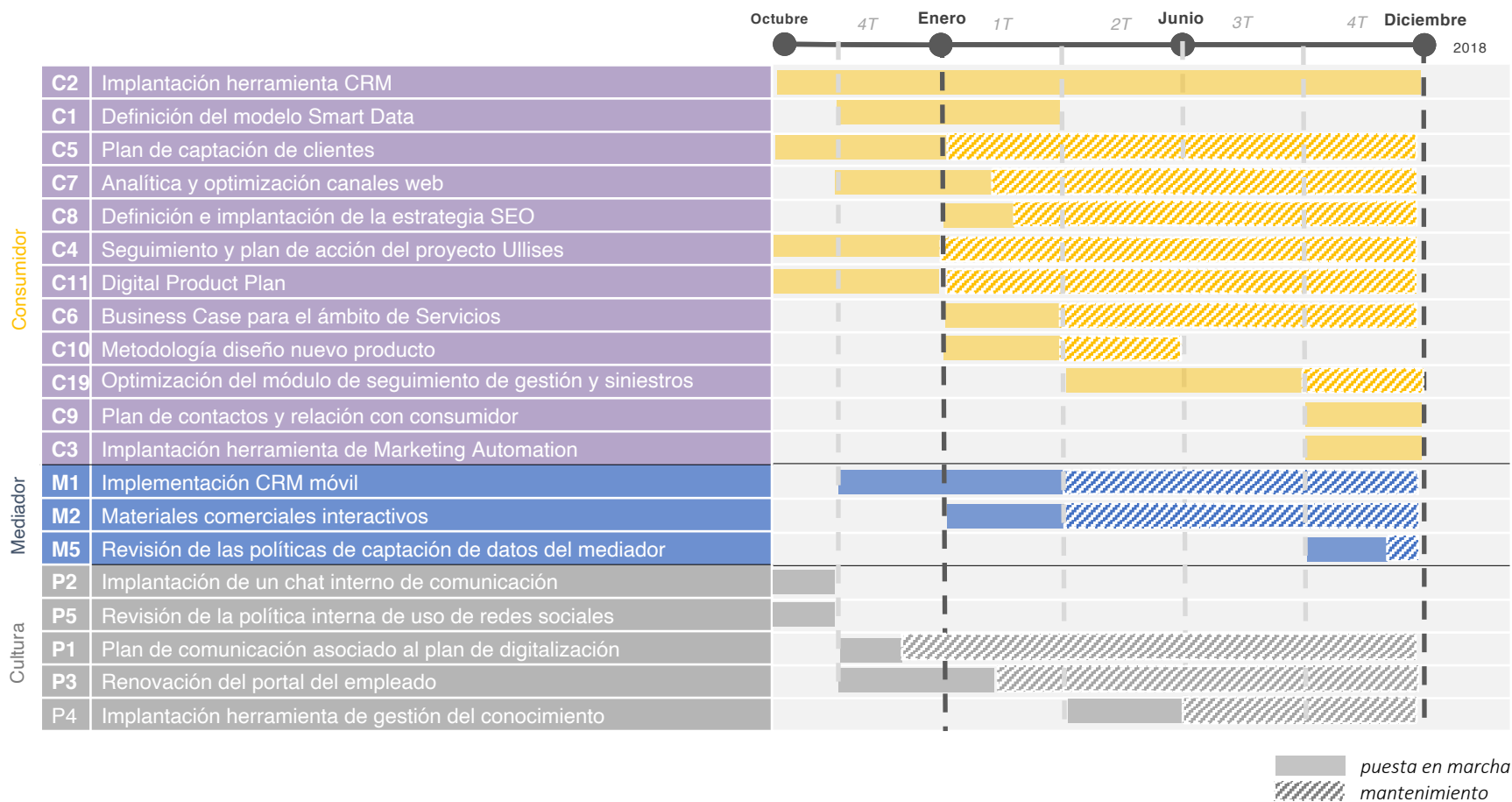




Mapa de priorización



Hoja de ruta y calendario preliminar



Ficha de iniciativas priorizadas



C3 Implantación de una herramienta de Marketing Automation

1 2

Línea de actuación

 CONSUMIDOR

Conocimiento

Prioridad

Alta

Media

Baja

Descripción iniciativa

Implantación de un plataforma tecnológica orientada a la automatización de tareas y procesos de marketing digital sin la necesidad de utilizar procedimientos manuales. La herramienta de Marketing permiten realizar técnicas de Marketig como el Lead Nurturing o el Lead Scoring mediante la recopilación de la información de cada usuario. Con ella, se puede gestionar la BBDD, crear flujos de trabajo o comunicarnos con el consumidor de forma individual, ya sea por email o mostrándole contenido personalizado cuando visita la web. Asimismo permite medir los resultados mediante servicios de analítica. La solución deberá integrable con el CRM seleccionado previamente.

Objetivos

La iniciativa persigue dar respuesta a los siguientes objetivos:

- Establecer comunicaciones personalizadas para cultivar a los leads hasta que están listos para ventas
- Agilizar, automatizar y mejorar la gestión de los programas de marketing
- Aumento de la eficacia comercial
- Reducir el coste de adquisición de nuevos clientes
- Medir el impacto de marketing en las ventas (ROI)

Acciones a desarrollar

Para la implantación del proyecto se prevén las siguientes acciones a llevar a cabo:

- Definición del modelo de relación con consumidor
- Revisión y ajuste del clúster de tipologías de acciones
- Definición del target, eventos por tipología de acción
- Definición de canales y momentos de contacto
- Definición de la periodicidad y frecuencia, reglas de saturación
- Definición de procesos y sistemática de actuación
- Definición de eventos y alarmas
- Modelo de Relación
- Planificación y calendarización
- Parametrización
- Testing y lanzamiento del piloto

Iniciativas relacionadas

La implantación de la iniciativa estará ligada a la anterior iniciativa correspondiente a la implantación del CRM de consumidor.

Proyecto en curso

sí no

Quick win

sí no

Ficha de iniciativas digitales priorizadas



C3 Implantación de una herramienta de Marketing Automation

1 2

Tiempo estimado implantación



Fecha inicio implantación



KPI's

A determinar según variables de negocio analizadas

Esfuerzo económico*

Puesta en marcha



Mantenimiento anual



Retorno



Áreas implicadas

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Comercial | <input checked="" type="checkbox"/> Marketing y Com. |
| <input type="checkbox"/> GC y reaseguro | <input type="checkbox"/> GD AV |
| <input type="checkbox"/> Operaciones | <input type="checkbox"/> Suscripción |
| <input type="checkbox"/> Administración | <input checked="" type="checkbox"/> IT |
| <input type="checkbox"/> Finanzas | <input type="checkbox"/> Services |
| <input type="checkbox"/> As. Jurídica | <input type="checkbox"/> Atención al cliente |
| <input type="checkbox"/> RRHH | <input type="checkbox"/> Planif.estratégica |

Conceptos:

- Diseño, implementación y puesta en marcha
- Software tecnológico
- Formación inicial
- Inversión inicial: 15.000 € aprox.

Conceptos:

- Acompañamiento en el uso
- Software tecnológico
- Inversión mantenimiento: 3.000 € /mes aprox

Comentarios/observaciones

dedicación alta	<input checked="" type="checkbox"/> Líder interno	Proveedores externos
dedicación media		<input checked="" type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no
dedicación baja		



Revenues

Detectar nuevos modelos de negocio que nos generen un 20% de los revenues



Relación con el cliente

Servicios con orientación a cliente.



Cultura organizativa

Organización ágil, capaz de experimentar, testear y pivotar nuevas iniciativas.

ANÁLISIS

EXPERIENCIA

Objetivos | **Modelos de innovación** | Modelo | Retos de negocio | Metodologías



Open Innovation



Incubator / Accelerator



Corporate Venture Capital



Joint Venture



Acquisition



Corporate Startups



Internal Innovation Dpt.



Intrapreneurship

Digitalitzar

NO és reproduir en digital
un procés que ja existia

Digitalitzar

és redissenyar

Públics en transformació

sde

Pope Francis Shocks World, Endorses Donald Trump for President

Reports that His Holiness has endorsed Republican presidential candidate Donald Trump originated with a fake news web site.

DAN EVON

PUBLISHED 10 JULY 2016



Pope Francis Shocks World, Endorses Hillary Clinton for President

Yet another retread of the same fake news story has Pope Francis offering his endorsement to a third U.S. presidential candidate.

DAVID MIKKELSON





Mr. Mark Zuckerberg



Cambridge
Analytica

Data drives all we do.

Cambridge Analytica uses data to change audience behavior. Visit our [Commercial](#) or [Political](#) divisions to see how we can help you.

sde



SCL

SCL Group provides data, analytics and strategy to governments and military organizations worldwide. For over 25 years, we have conducted behavioral change programs in over 60 countries & have been formally recognized for our work in defense & social change.

AutoPolitic

Winning Election with Artificial Intelligence



Winning Elections with Social Intelligence

AutoPolitic is an Artificial Intelligence controlled election management system that helps the campaign manager run the campaign. By transforming social media into a real-time social intelligence, the campaign manager instantly knows the relative power of the campaigns, effectiveness of the issues, and the decisiveness of the candidates perform. Through our data-assisted task system, the campaign manager can issue order enhanced with research and analysis. No more responding to a threat in the dark.

[Find out how social intelligence defeated a 60 year old political party](#)



BECOME OUR CLIENT

Let us help you grow and leverage your voter contact list and email communications with trusted political data.

[READ MORE](#)



Boost Your Campaigns

Through precise segmentation and targeting, we'll help you boost the impact of your campaigns and take the hassle out of email communication.



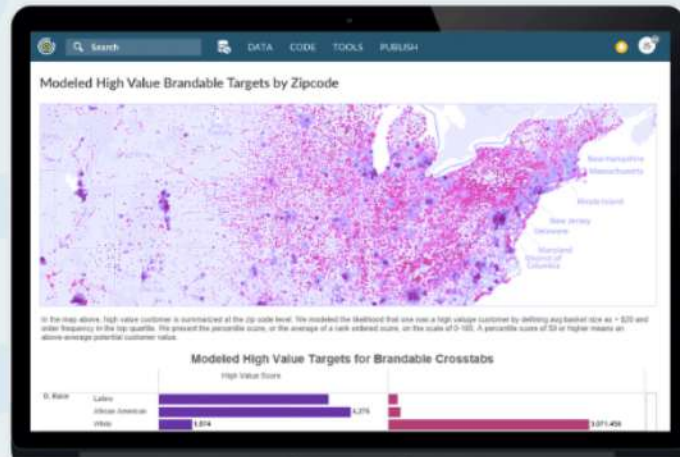
Be Sure Your Data Is Safe

Start with our trusted data and we'll work together to transform your campaigns into a polished and strategic email communication service.



Free Consultation

Contact us today for a free consultation on what we can do to enhance your email communication program. You'll be glad you did!



It's time to stop guessing.

Civis technology helps organizations use their person-level data to make smarter, faster decisions that drive real results.

Organisation	Organisation	Organisation	Organisation	Organisation	Organisation	Organisation	Organisation	HQ
Invoke	Mothership strategies	Propertyradar	TargetPoint	Allegro	Buying Time	Data 8	FP1 strategies	U.S.
IPAC, CAG and Prashant J	Motive	Qualia media	TargetSmart	270 Strategies	Buzzmaker	Datanet India	Garellifabrizi.com	Argent
iprospect	Murphy Nasica	Quantcast	Tectonica Studios	ActBlue	Buzztools	Data Propria	GCK Consulting	U.S.
IQM	MVPStrategy	Quickly Publicidad	Telus	ActionSprout	Cambridge Analytica	Datalogix	Germin8	India
ISpolitical	Mypoliticalmanager	Quid	The Balduzzi Group	Axiom	Camelot	Dataxpand	GetRevelant	U.S.
Jasulca Terman Strategic	Namsor	R/ga	The Beytin Agency	Adform	Campaign Grid	Dataxu	GetUpstream	U.S.
Jamestownassociates	Nation Builder	Raise the Money	The Campaign 360	admo.tv	Campaigning Bureau	Dattis	GfK MRI	U.S.
JTD Strategies	NCC Media	RapLeaf	The Campaign Workshop	Adsquare	The Campaign Group	DeepRoot Analytics	Global Mind	U.S.
Jota Jota Rendón	Nielsen	Rasmussen Global	The Chadderdon Group	Adrenaline Digital	Campaign Partner	Definers Public Affairs	Global Superpower	U.K.
Kampa17	NetOwl EntityMatcher	Reciprocal Results	The Community Agency	Advance Local	Catalist	Democracy Engine	Go Big Media Inc	U.S.
Kantar	Neustar	ReD Associates	The Data Trust	Advanced Skills Initiative	Care2	Digilant	Go Digital	Colomb
Katzing Creative Ways	New Blue Interactive	Red Maverick Media	The E W Scripps Company	Advoc8	Cerillion	Digital Element	Good stuff	U.K.
Keel	New Sapiens	Resonate	The GroundWork / Timsh	AdvocacyData	CFB Strategies	Distil networks	GPS Impact	U.S.
Kennedy Communication	Newlink Group	Returning Marketing Ltd	The Insurrection	AggregateIQ	Chambers Lopez Strategic	DMI Partners	Gravis Marketing	U.S.
Kindful	NGP Van	Revolution messaging	The Lukens Company	Agora Public Affairs	Circus Marketing	Donbue	Gray analytics	U.S.
Klavivo	Numb3r Group	RevUp	The Messina Group	Alliant	Cision	DonorBureau	Grey Global	U.S.
L2	Ogilvy	Rhythm One	The Middle Resolution	NoPolitico	CivCRM	Drawbridge	GroundTruth	U.S.
Le Black Room	OnMessage Inc.	Rising Tide Interactive	The NOW Group	Alphonso	Civis Analytics	DSPolitical	GroupM	U.S.
Leidos	Optimizely	Rocket Fuel	The Prosper Group	Amicus	Clarity Campaign Labs	Distillery	Hamburger Gibson Creative	U.S.
Liegey Muller Pons	Oracle	Rollout Democracy	The Right Strategy Group	Analyst Institute	Clear Channel	ecanvasser	Harris Media	U.S.
LiveRamp	Organizer	rVotes	The Singularis Group	AnalyticsIQ	Click and Pledge	eddt	Harvey McKinnon Associates	Canada
Llorente & Cuenca	Orkash	Sabio Mobile	The Small Axe	Appnexus	Cold Spark	Eddy Communications	Haystagdna	U.S.
Loopa360	Other	SafeGraph	The Strategy Group	Appterix	ComScore	Edmonds Elder	Heavenly Brand Agency	U.K.
Lotame	Ourso beychok	Salesforce	The Trade Desk	Apriori Data	Conservative Connector	El Equipo De Campana	Heuristica Communications	Mexico
Luntz Global	Outra	SAP	The Zoldak Agency	Aristotle	ContactCreator	El Toro	Hill City Strategies	U.S.
maddogmail	ownerIQ	Semcasting	Thinknear	Asana Creative strategy	Convergence Strategies	Election Awaaz	Hines Digital	U.S.
Maelstrom solutions	Oyku, dialogue internatio	Smart Media Group	Thought Buzz	Attently.io	Corelogic	FME Marketing and Cons	Hootsuite	U.S.
MammothAgency	Ozone Group	Stratics Networks	TMWI	Audience Partners	Cornerstone Solutions	Equipo70	HubSpot	U.S.
Market Predict	Performics	SocialCode	TowerData	Audiense	Cosmonauts & Kings	Epsilon	HP Vertica	U.S.
Markle	Phone2Action	Solidarity Strategies	Trilogy Interactive	AutoPolitic	Craft	EveryAction	i360	U.S.
Matchbox	Pig.gi	Spectrum Reach Advertis	True Clarity	Axiom strategies	Crayon Advertising	eXelate	IBM	U.S.
MCC	Pinstorm	SSI Data	TruSignal	Axis	Creation Agency	Experian	iclick Interactive	China
McCaan World Group	Politicaldatainc.	Steinai	TubeMogul	Basis Technology	Creative Nerds	Facemedia	Ideia Big Data	Brazil
McLaughlin	Political Edge	Stirista	uCampaign	Belgrave Comms	Crimson Hexagon	Factual	iDONATEpro	U.S.
MDWCOMM	Ponte Estrategia	Stratcom (Strategic Comm	Univision	Blackbaud	Crystal knows	Family Advertising	IndiaVotes	India
MediaCom	Populus	Shaviv Strategies and Cam	United Public Strategies	Blue Labs	Crowdskout	Federavox	InfluentialData.com	U.S.
MediaMath	Powerthru Consulting	SCL Group	Van City Studios	Blue State Digital	Crosby Textor	FiscaNote	Infogroup	U.S.
Meltwater	Praxisnah	Strategic Telemetry	Ve	Boo-box	Crowdpac	Filpac	InfoUSA	U.S.
Message Space	PRecise Communications	Sussex Strategy	Venture Strategic	Bully Pulpit Interactive	Cygnal	Fluent.co	Inmobi	India
Mobrain	Precision strategies	Talbot Digital	Viapin	Burson Marsteller	Cubeiq	Fourthwall Media	InstaGIS	U.S.
Modak Analytics	Predict Wise	Targeted Victory	Victory Enterprises	Brujula	D2	Foresight365	Inventum group	U.S.

Facebook usó los datos personales de sus usuarios como moneda de cambio para manipular a sus competidores



- La compañía favorecía a aquellos que contrataban publicidad y negaba el acceso a información privada a los que representaban una amenaza

ALBERT MOLINS
RENTER, BARCELONA

07/11/2019 13:02

Actualizado a
07/11/2019 13:43



A Mark Zuckerberg y a la compañía que creó en 2007, se le multiplican los frentes y las acusaciones de falta de transparencia (Andrew Harnik / AP)



ECONOMÍA

El Gobierno compartirá los datos financieros y de salud de los españoles con empresas

El Instituto Nacional de Datos se pondrá en marcha el año que viene, según las previsiones

PUBLICADO 02.11.2019 - 05:15



CORONAVIRUS

El govern espanyol podrà intervenir Whatsapp per enviar missatges massius

El Nacional

Barcelona. Dimecres, 23 de setembre de 2020. 07:29

Actualitzat Dimecres, 23 de setembre de 2020. 08:00

Temps de lectura: 1 minut

OUVRIERS ETUDIANTS
UNIS NOUS VAINCRONS







Mark Zuckerberg



· 21 de febrer de 2016 a prop de Barcelona · 🌐

👍 🤖 ❤️ 626 mil

17 mil comentaris
35 mil comparticions

👍 M'agrada

💬 Comenta

🔗 Comparteix

Més rellevants ▾



Strudel Toaster mark zuckerberg will have us all plugged into the facebook matrix and casually accomplish his end goal of world domination by enslaving the human race to interact via the new VR platform FACEworld. We will be hooked up to VR from birth and never allowe... Mostra'n més...

M'agrada · Respon · 3 a

👍 44

👉 8 respostes



M Sulieman Sharif I See it now invent new technology that turn people stupid and like freaking Robotic zombies while he walk like a human being he's living the normal life while other people just like creepy zombies with headsets lol



Escriu un comentari...





Paula Sibilía

CCCB



**substitució
a digital**

**transformació
a servei**

Les indústries
digitalitzen processos

Els públics
transformen negocis

Covid

sde

3 etapes

- 1** emergència → setembre → sanitària
- 2** resistència → 2022 → econòmica
- 3** horitzó → futur → estratègica

En resum

sde

Tot canvia
i tothom busca la millor
manera de gestionar-ho

El motor del canvi
ja no és la tecnologia
El motor del canvi és cultural

**Cal una mirada holística
de l'organització**
Visió, activitat i equip

No hi ha dos casos iguals
Passa el mateix a tot arreu

“Culture eats strategy
for breakfast”

- Peter Drucker



grcs !

genís roca

@genisroca

novembre 2020

sde



Generalitat de Catalunya
**Institut Català
de les Empreses Culturals**

**VI Jornades de Màrqueting Cultural. El nou
paradigma cultural. Públics en transformació**