



Mercadeo digital sin tecnicismos





Germán Salcedo Cajiao

FB/IN: Germán Salcedo Cajiao TW: @Germanchos IG: @Germanchos_



germanchos_



2111 publicaciones 1664 seguidores 1202 seguidos

Germán Santiago Salcedo Cajiao

Orgullosa hijo de mis viejos y padre de mi hija. 🇨🇴 🇨🇴 Caleño de ciudad y equipo. ❤️ Cuarentón consumado. Hay que fluir, leer y seguir. ¿Cafecito? ☕️



Germán Salcedo Cajiao

Director corporativo de marketing digital en COOMEVA

Cali, Valle del Cauca, Colombia · [Información de contacto](#)



germanchos

germanchos

107 Siguiendo 104 Seguidores 166 Me gusta

Cuarentón, orgulloso caleño de ciudad y equipo.

Germán Salcedo Cajiao @germanchos



Germán Salcedo C.

@Germanchos

Orgullosa colombiano, caleño, de ciudad y equipo.

Cuarentón consumado.

Escritor ocasional, lector permanente.



📍 Cali, Colombia [germanchos.com](#)

📅 Fecha de nacimiento: 21 de marzo de 1975

📅 Se unió en julio de 2009

2.925 Siguiendo 18,2 mil Seguidores



German Salcedo Germanchos



Germán Santiago Salcedo Cajiao

(Germanchos)

2,5 mil amigos

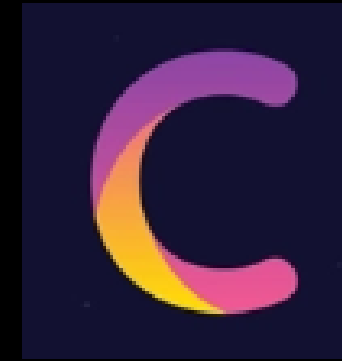
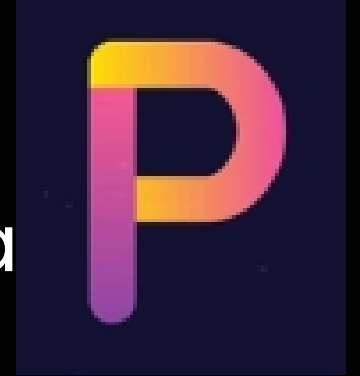




Mercadeo:
Promover ideas, productos o servicios hasta generar un intercambio que dé beneficio mutuo.

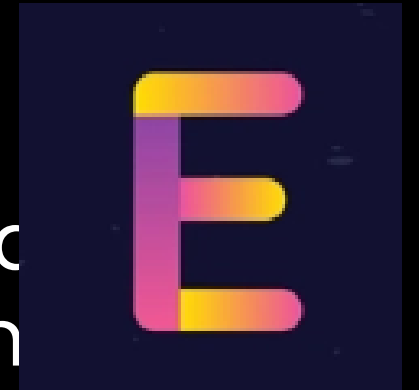


Producto
Precio
Punto de venta
Promoción



Cliente
Costo
Conveniencia
Comunicación

Experiencia
Intercambio
Omnipresencia
Evangelización







Información



Valor



¿Cuántos y desde dónde?

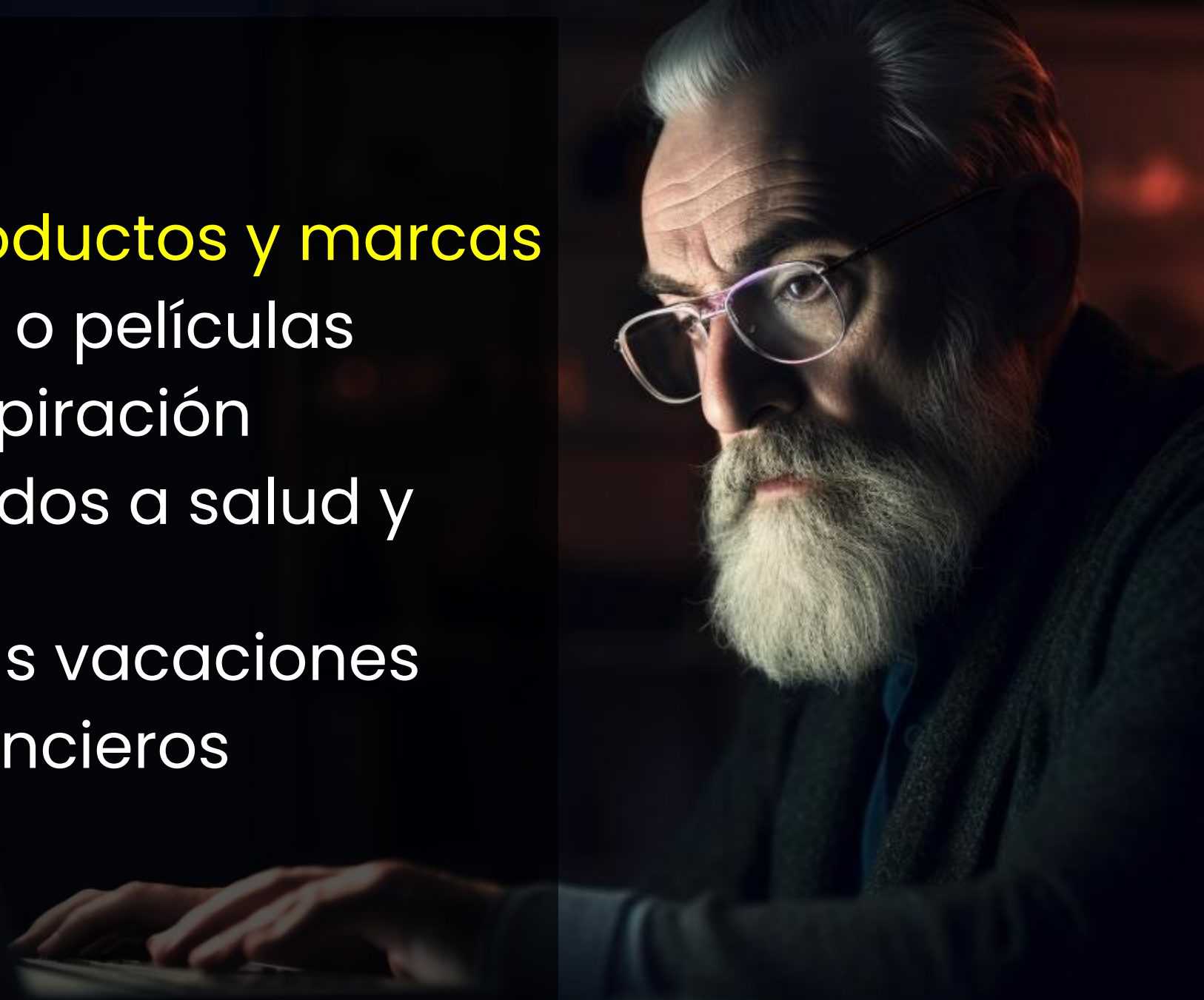


- 41.1 Millones acceso a Internet.
- 36.8 Millones en Redes Sociales
- 98% desde dispositivo móvil
- 97% desde un Smartphone
- 93% desde un computador
- 88% usando Chrome

- 74% encontrando información
- 69% buscando cómo hacer algo
- 62% actualizando noticias
- 64% contacto amigos y familia
- 63% educándose
- 61% escuchando música



- 60% buscando productos y marcas
- 57% viendo videos o películas
- 59% buscando inspiración
- 52% temas asociados a salud y bienestar
- 53% resolviendo las vacaciones
- 38% en temas financieros
- 35% jugando



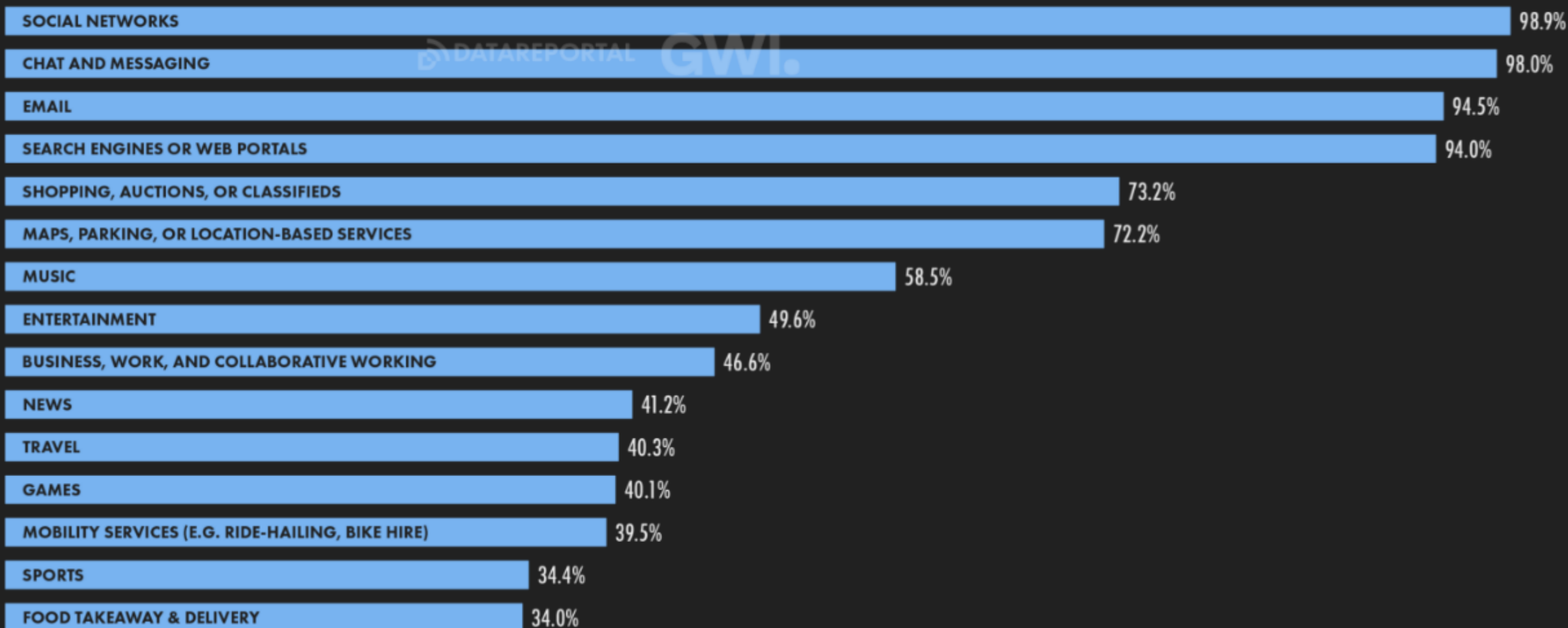
FEB
2025

TOP TYPES OF WEBSITES VISITED AND APPS USED

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16+ WHO HAVE VISITED OR USED EACH KIND OF DIGITAL PROPERTY IN THE PAST MONTH



COLOMBIA





En redes sociales qué hacemos (3H y 25M)

- Conectarse amigos y familia 55%
- Historias y noticias 47%
- Contenido en video 39%
- Pasar el rato 39%
- **Buscar y comprar algo 34%**
- Buscar empleo 31%
- Ver eventos deportivos 28%
- Asistir y ver "lives" 22%
- Hacer nuevos contactos 23%

TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON FACEBOOK



36.8
MILLION

TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON TIKTOK



32.0
MILLION

TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON YOUTUBE



30.6
MILLION

TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON INSTAGRAM



20.4
MILLION

TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON LINKEDIN



16.0
MILLION

TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON SNAPCHAT



4.81
MILLION

TOTAL POTENTIAL
REACH OF ADS ON X



5.23
MILLION

SOCIAL MEDIA

¿Cómo está el e-commerce?

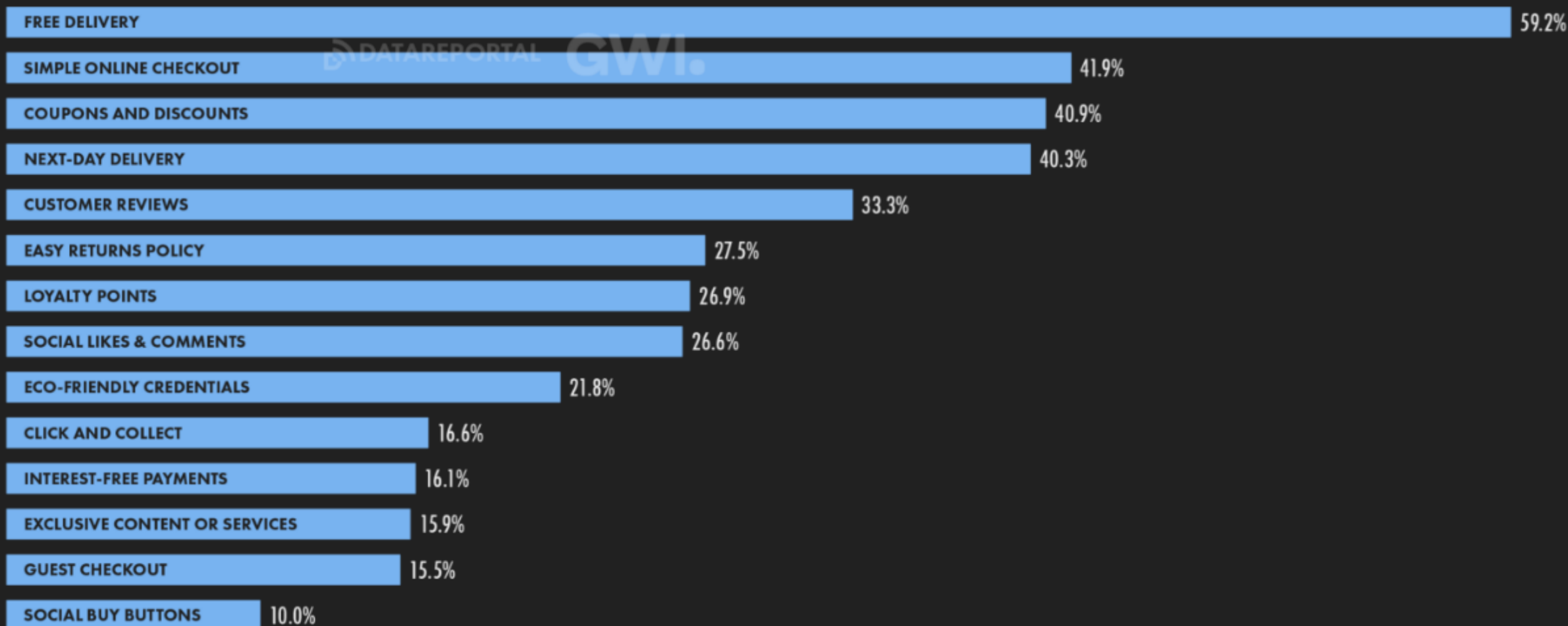
- 46% Compró algo
- 20% pidió mercado
- 8 % compró de segunda algo
- 14% comparó precios
- 6 % compró para pagar al recibir

Ropa, electrónicos, juguetes, muebles, cuidado personal, bebidas, turismo y contenido de entretenimiento (Música, cine, aplicaciones y juegos)

**FEB
2025**

ONLINE PURCHASE DRIVERS

PERCENTAGE OF **INTERNET USERS AGED 16+** WHO SAY EACH FACTOR WOULD ENCOURAGE THEM TO COMPLETE AN ONLINE PURCHASE





Transformación digital



Transformación digital:

Proceso mediante el cual una organización integra tecnología digital a todas las áreas empresariales.

Cambia por completo la forma en que una organización **ofrece valor a los clientes**.

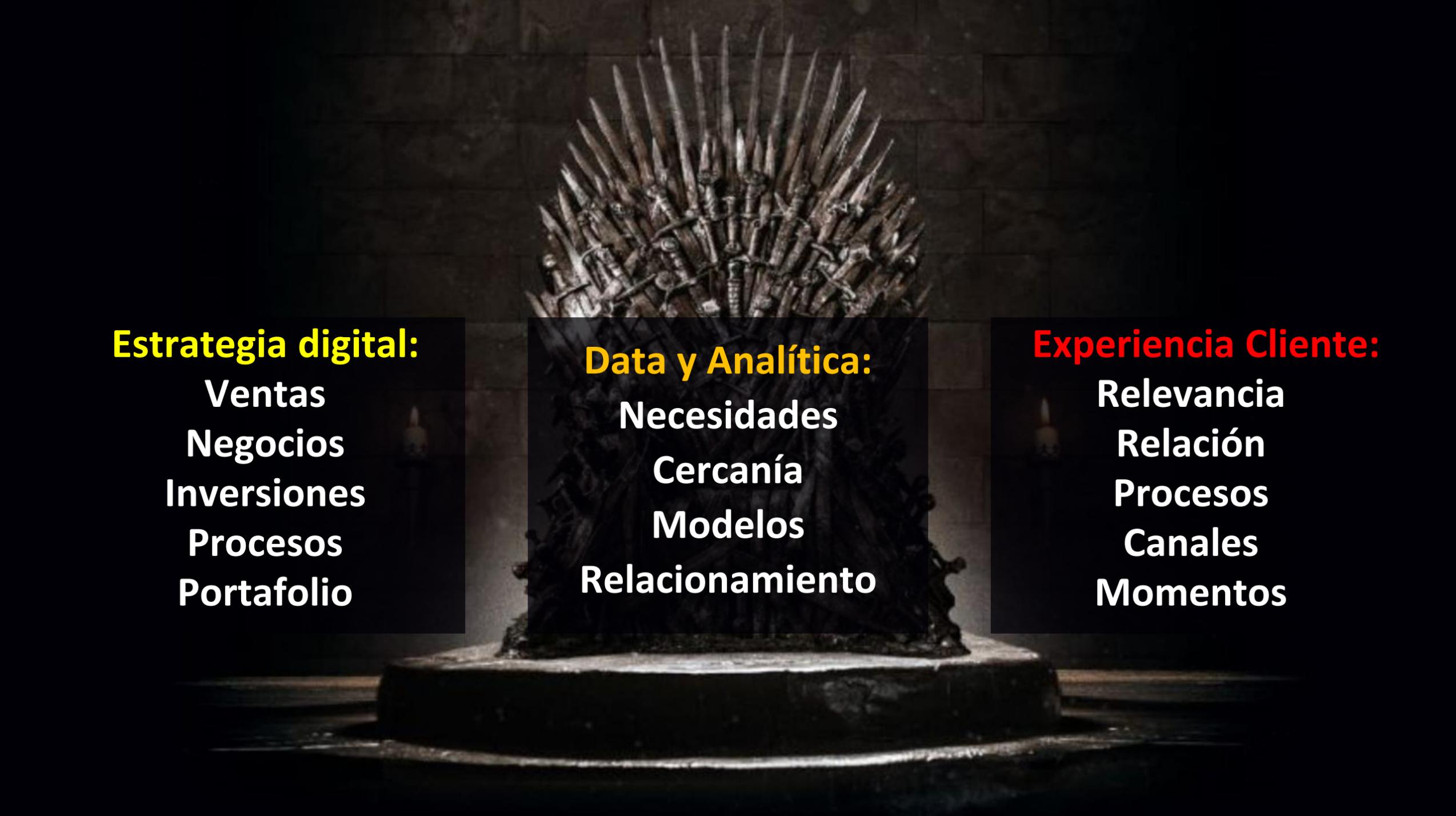
Características

Cambio en la mentalidad de abordar tareas y proyectos.

Innovación constante y continua (sistematizada)

Incorporar el **diseño** como parte del proceso creativo para nuevos servicios y productos.

Conectarse con los clientes a través de múltiples canales.



Estrategia digital:

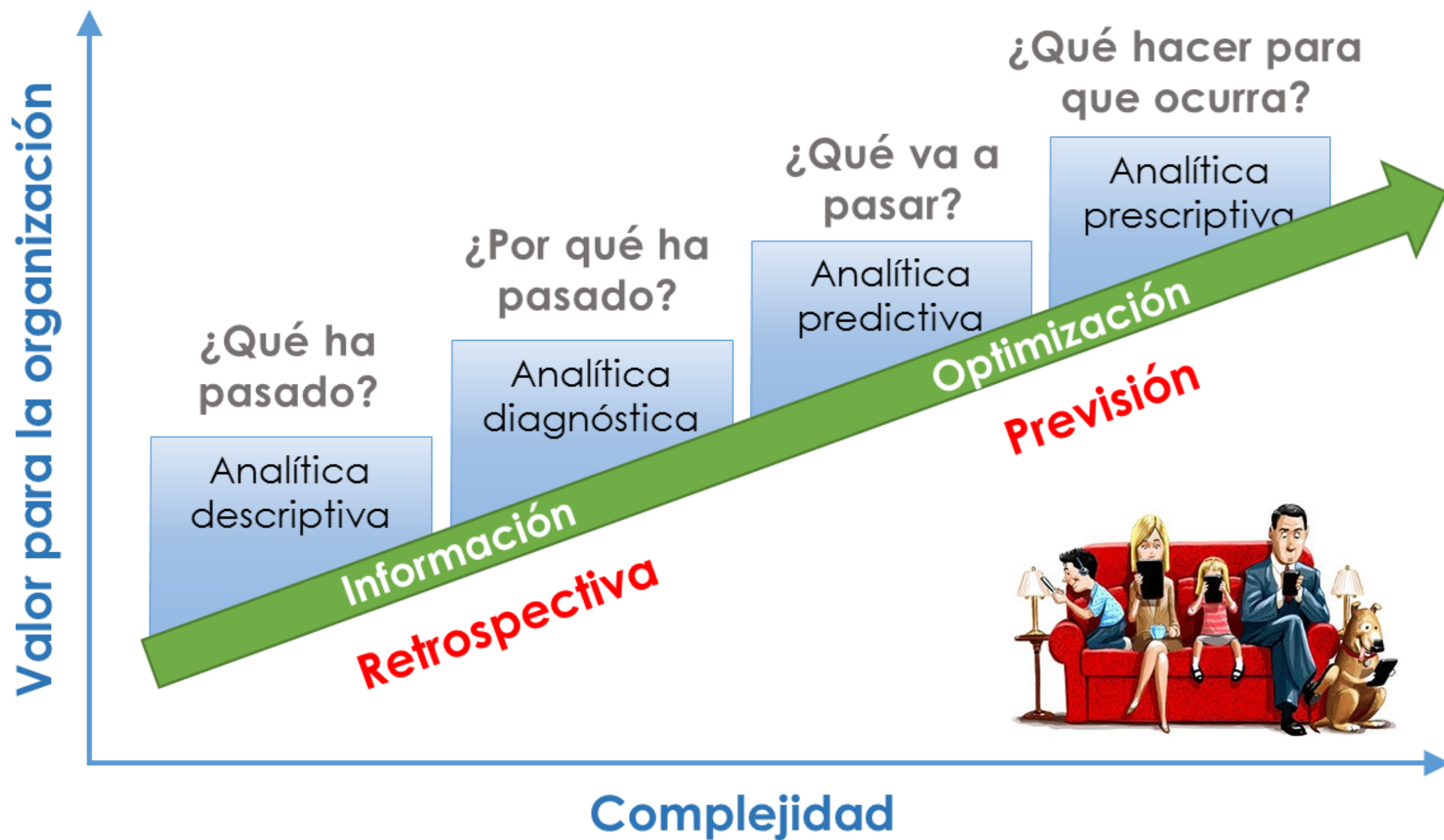
Ventas
Negocios
Inversiones
Procesos
Portafolio

Data y Analítica:

Necesidades
Cercanía
Modelos
Relacionamiento

Experiencia Cliente:

Relevancia
Relación
Procesos
Canales
Momentos





Análogos

Inmigrantes digitales

Nativos digitales



Baby Boomers

1946-1964



Conservadores y ordenados



Experiencia análoga



Tecnología en el hogar



Grandes lectores



Generación X

1965-1980



Enfoque en preparación académica



Niñez análoga y adultez digital



Fácil adaptación a los cambios tecnológicos



Gusto por las manifestaciones culturales



**Generación Y
Millenials**

1981-2000



Emprendedores



Alto uso de dispositivos móviles

Alto manejo de las TIC



Rechazo a los medios tradicionales



Generación Z

2001-2016



Multitareas



Acceso a internet

Alto manejo de las TIC

Generan nuevos contenidos



Redes sociales, principal medio de comunicación



Generación Alfa T



Las nuevas generaciones
cambiaron la manera en que
las personas nos comunicamos
(y hacemos las cosas).



Transformación digital no es eliminar el papel, es poner por sobre los procesos a los clientes al centro y darles todo fácil, rápido y en canales virtuales preferiblemente. Es resolver en pocos pasos y por donde ellos lo quieren hacer.



Consumidor actual tiene un alto nivel de exigencia y expectativa.



Tiene a disposición mucha información incluidas opiniones de otros consumidores.

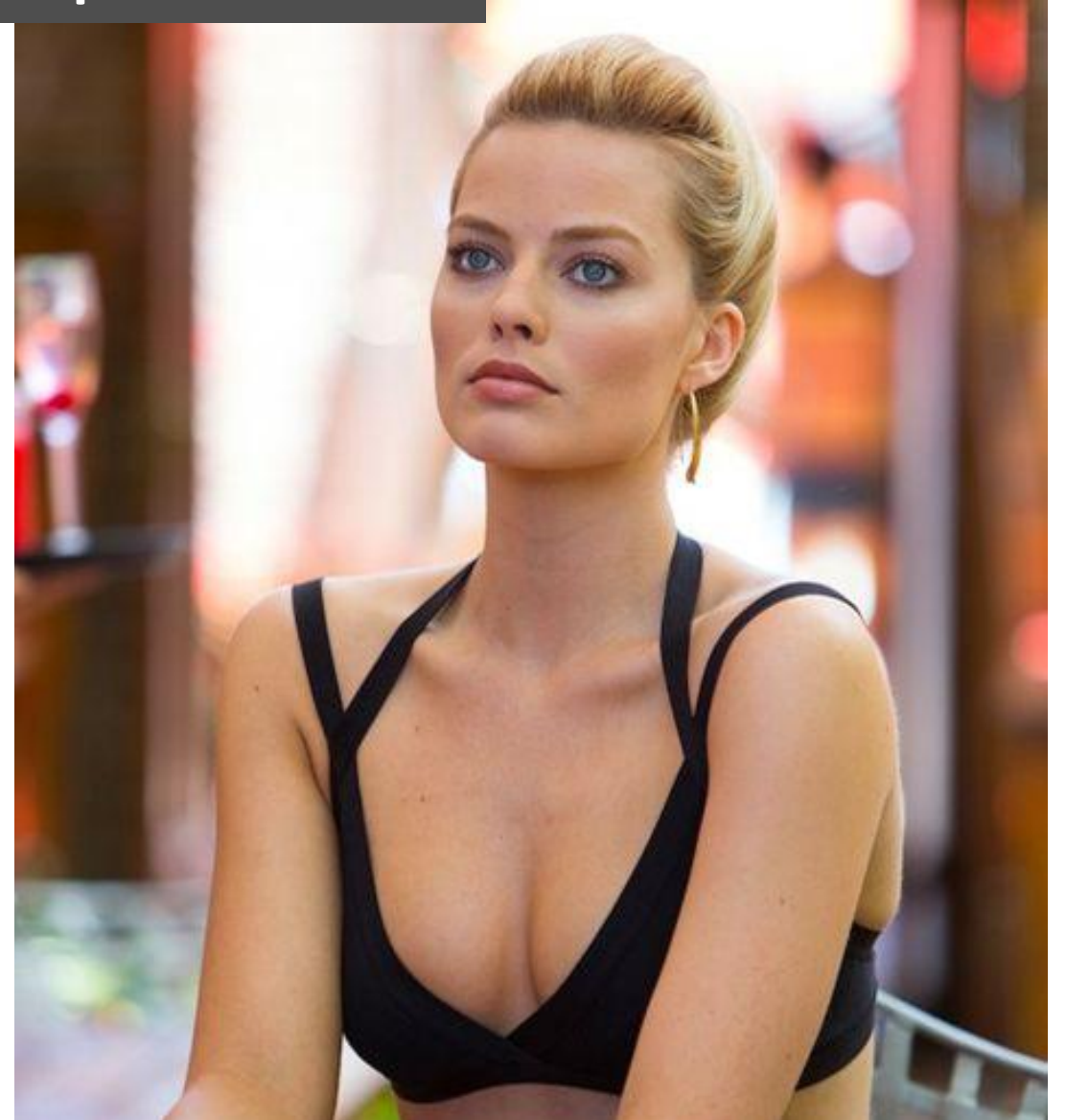


Buscan soluciones claras, eficaces y de forma rápida a sus necesidades ojalá incluso, personalizadas.

Estar en control, obrar con autonomía, **autogestionar con ayuda a la mano**, rápido para poder seguir disfrutando su presente sin ataduras.



Los clientes que queremos



— La experiencia que buscan y la que les damos...



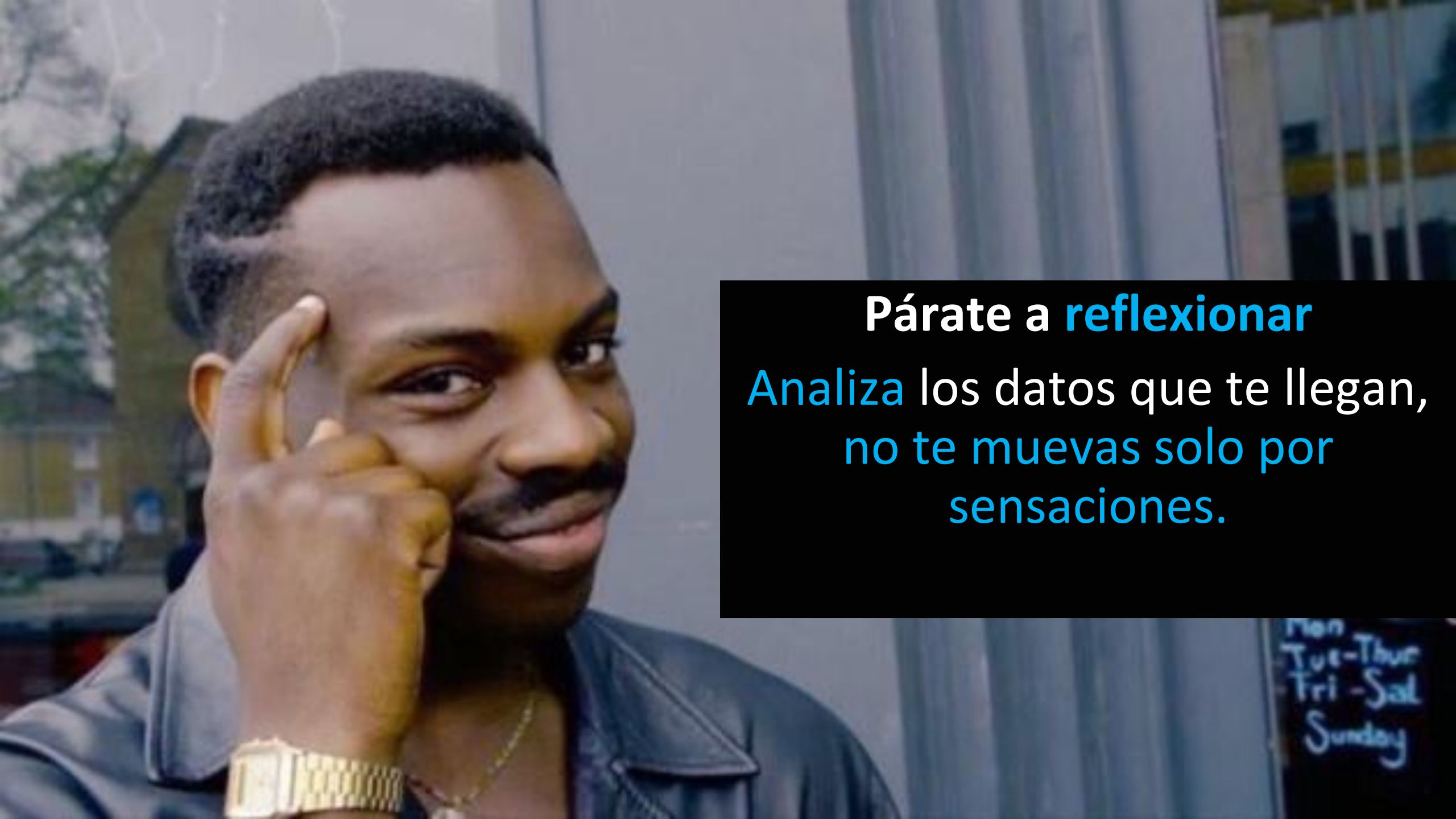
Los clientes que logramos





Pensamiento Crítico

Resolución Problemas



Párate a reflexionar

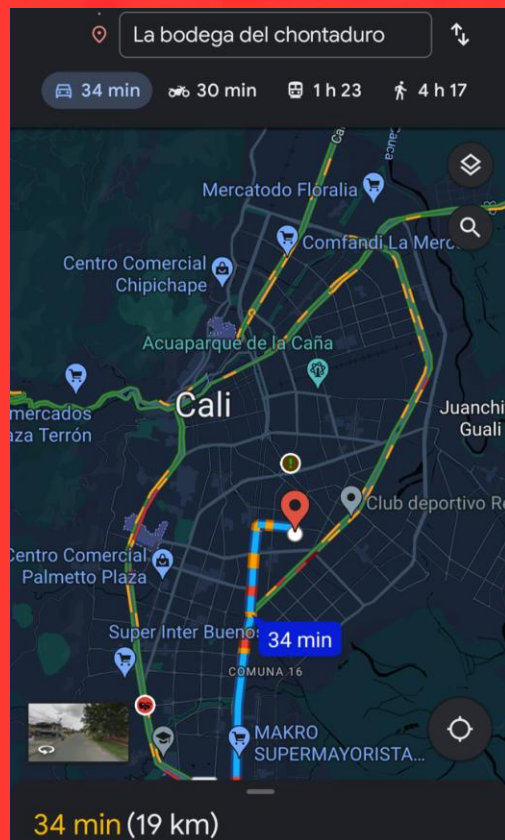
Analiza los datos que te llegan,
no te muevas solo por
sensaciones.



Momentos Quiero Saber



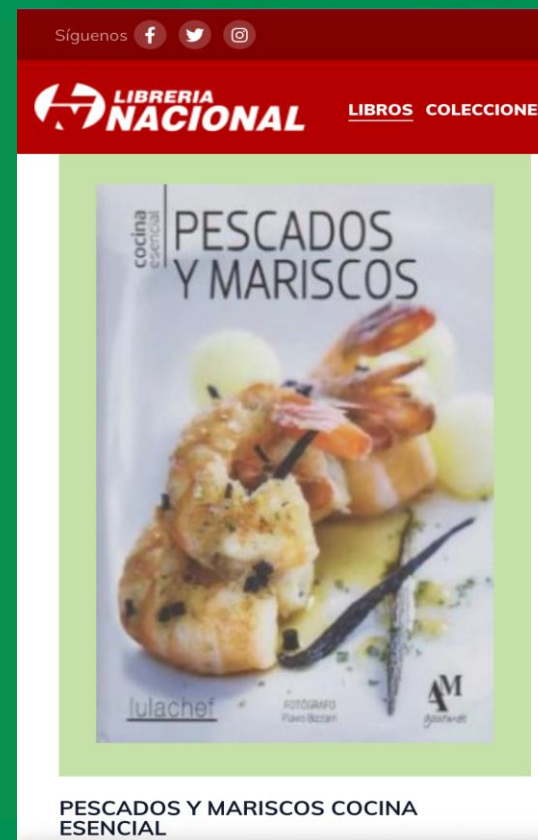
Momentos Quiero Ir



Momentos Quiero Hacer



Momentos Quiero Comprar







Todo habla de ti.





Consumidores que evolucionan, crecen.

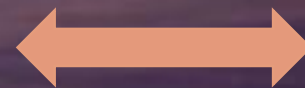




Propios



Pagos



Ganados

Ecosistema Digital

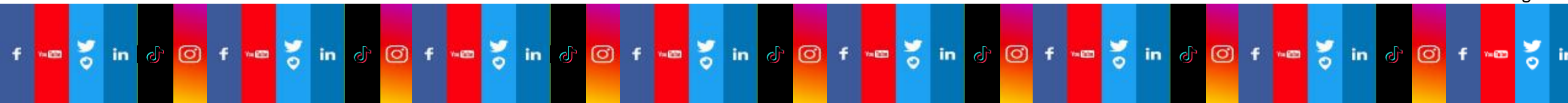


- Medios Propios
- Medios Pagados
- Medios Ganados





Fuente: Territorio Digital





Comunicación completa.

Escucha activa, persuasión más estilo según momento y audiencia



ATRAER



CONVERTIR



CERRAR



DELEITAR

DESCONOCIDOS



VISITANTES



LEADS



CLIENTES



PROMOTORES

BLOGS
SOCIAL MEDIA
KEYWORDS
PÁGINAS

CALLS-TO-ACTION
LANDING PAGES
FORMULARIOS
CONTACTOS

EMAILS
FLUJOS DE TRABAJO
PUNTUACIÓN DE LEADS
INTEGRACIÓN CRM

SOCIAL MEDIA
CONTENIDO INTELIGENTE
EMAIL
FLUJOS DE TRABAJO





Commerce Discovery.

- Estamos expuestos en redes a marcas de las que nunca escuchamos hablar antes, por qué, **porque las redes identifican, por anticipación, lo que podemos estar necesitando aun sin que sepamos o declaremos que lo necesitamos.**
- Ya no hacemos plan para ir de compras, **ahora nos pasamos comprando.** Pasamos de una rutina para completar tareas a una experiencia cotidiana.
- “La audiencia ya no ve las cosas como las veía antes”



A close-up photograph of a man with dark hair, wearing a dark blue jacket, drinking from a clear plastic bottle. His eyes are closed, and he has a focused expression. The background is a blurred, hilly landscape under a soft, warm light. A semi-transparent dark grey rectangular box is overlaid on the lower half of the image, containing white text.

Ser de utilidad.

Aparecer en el momento preciso.

Es efímero, hazlo valer la pena.

Sé creativo, pero sobre todo inteligente.

La inteligencia artificial generativa
se dedica a crear
contenido nuevo,
como texto,
imágenes, música,
poesía, guiones,
audio y vídeos.



Usos frecuentes de la Inteligencia artificial



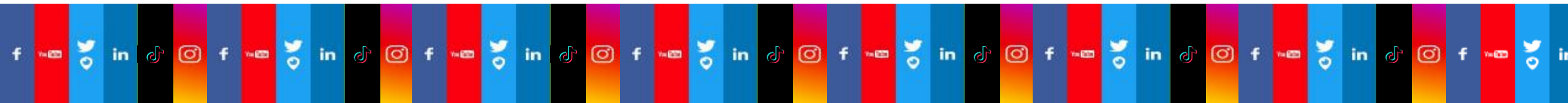
- 1 Obtener ideas e inspiración.
- 2 Escribir textos.
- 3 Reutilizar contenido adaptándolo a diferentes audiencias, formatos y tonos.
- 4 Crear videos o imágenes.
- 5 Realizar optimizaciones para motores de búsqueda.
- 6 Mejorar la atención al cliente.
- 7 Investigar audiencias



UNA COSA LLEVA A LA OTRA

Ocho puntos claves

1. Analizar el entorno
2. Fijar Objetivos
3. Conocer a los usuarios/audiencia
4. Elegir camino estratégico
5. Definir medios
6. Cronograma del plan
7. Fijar presupuesto
8. Medir y optimizar resultados



A red dart with a black grip is shown hitting the bullseye of a target. The target has concentric rings with numbers 1 through 10. The background is blurred with warm, bokeh-like lights.

Cuatro tipos de objetivos

1 – Branding (Conocer, reconocer, posicionar, recordar)

2 – Tráfico (Atraer)

3 – Resultado (Convertir)

4 – Engagement (Enganchar)



CLIENTE CON SU BRIEF

"Tengo este problema"

"no sé que problema
tengo"



AGENCIA/DIGITAL

"El problema que tienes
es este"

"Nuestra audiencia
necesita esto"

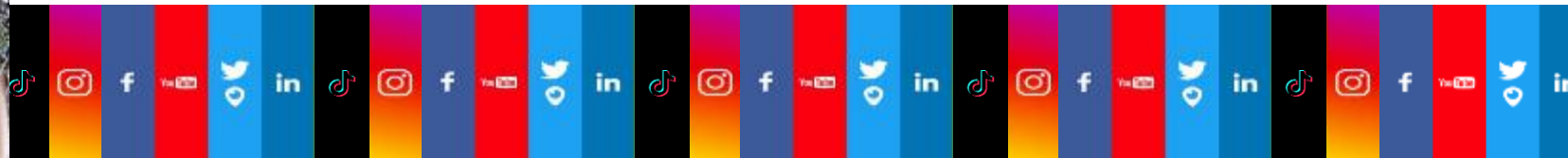
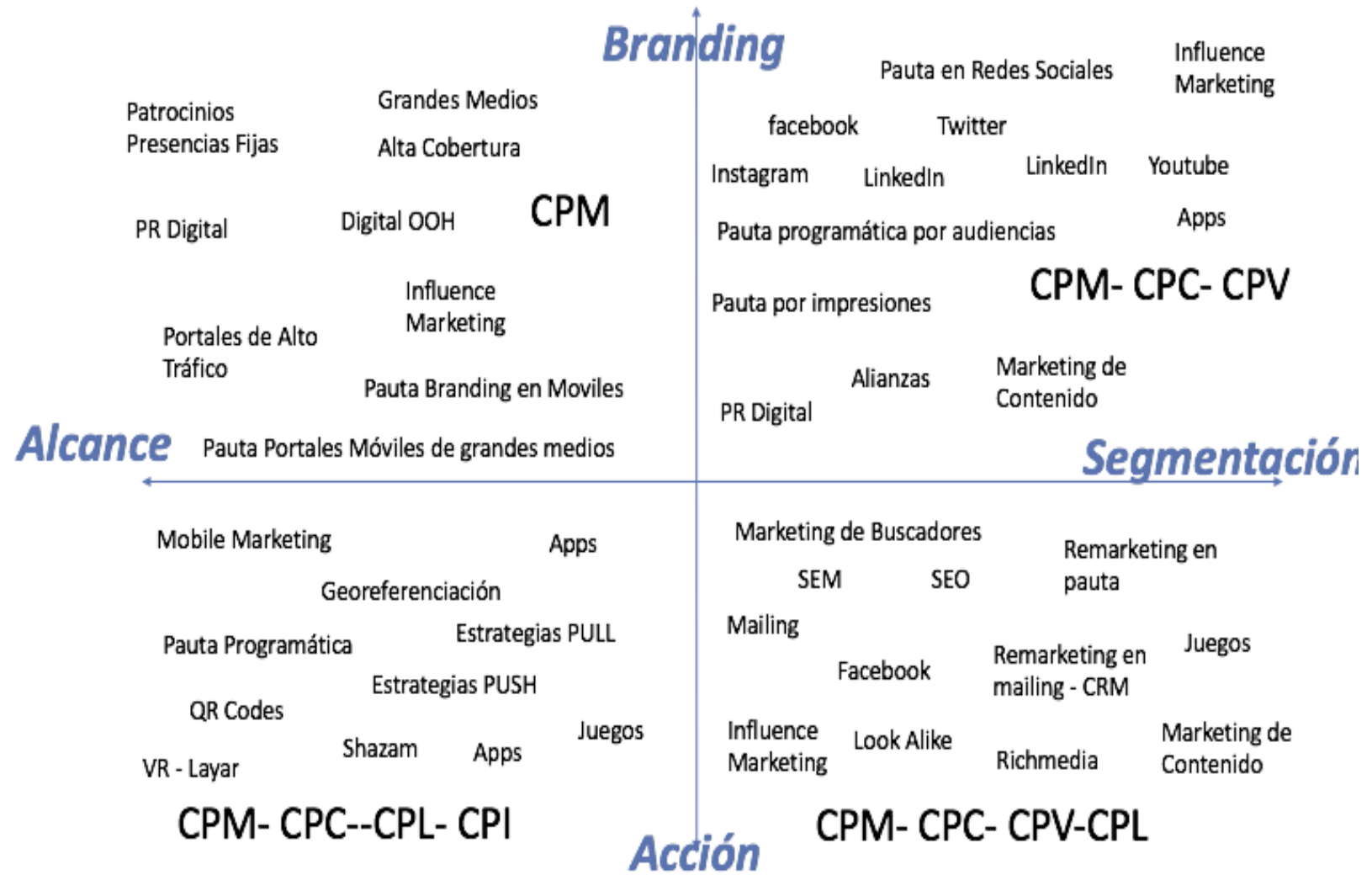


CREATIVOS/DIGITAL

"Pongámosle magia"

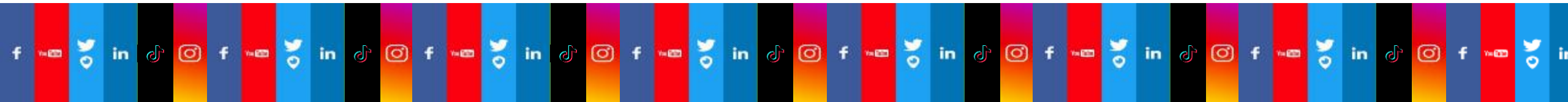
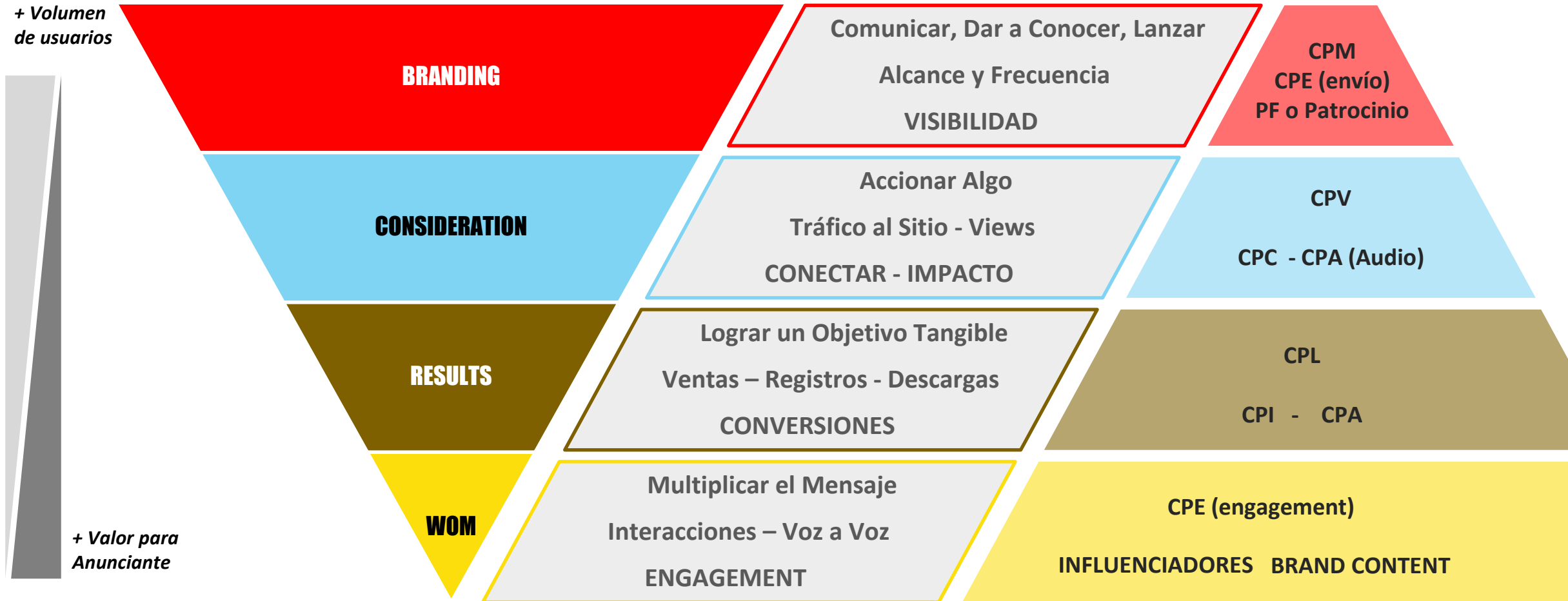
"Cumplamos KPI'S"

Mercadeo Digital





¿Cómo establecer objetivos digitales?





**Audiencia impactada
Fan/Seguidor**



**Que me vean mucho y
seguido.**

**Visitante al sitio web
Consumidor del contenido**



**Compartir
Que pasen tiempo
connmigo**

**Registro /Lead
Prospecto**



Acciones Conversiones

Cliente



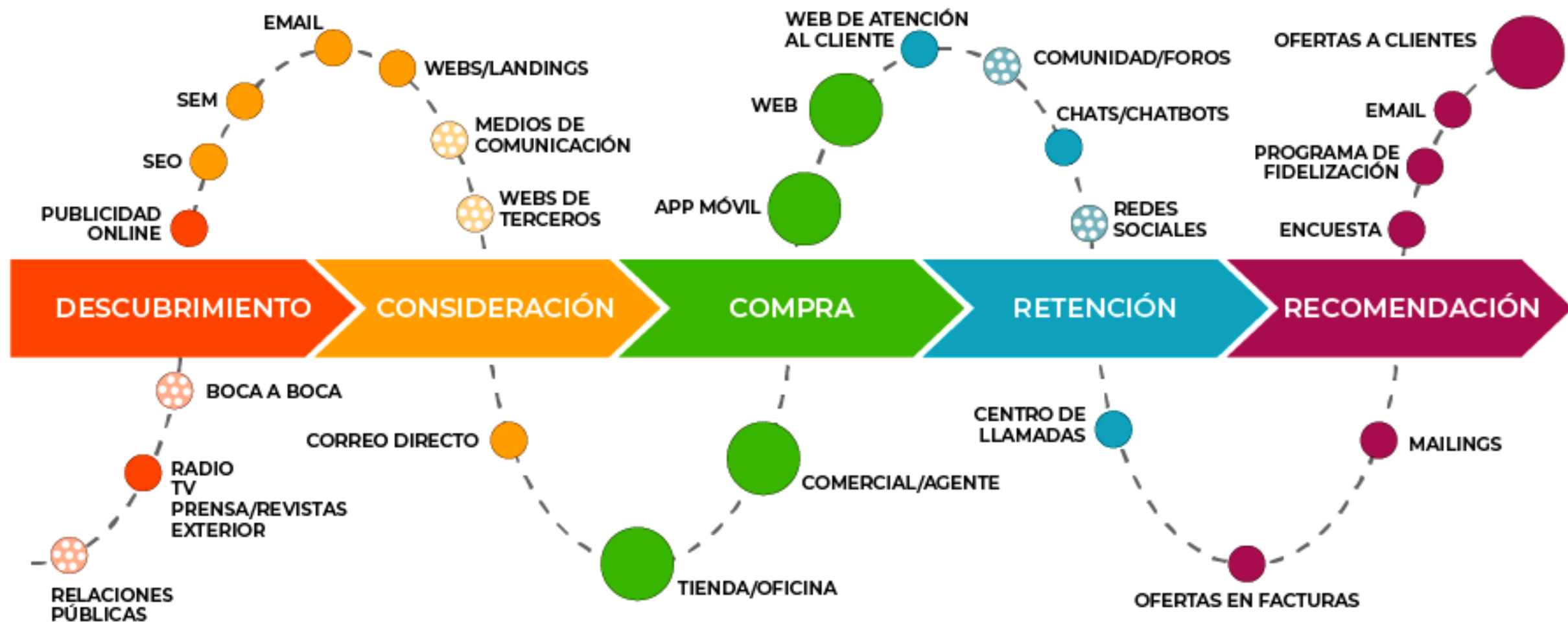
**Valor percibido
Experiencia**

**Cliente fidelizado
Evangelizador de marca**

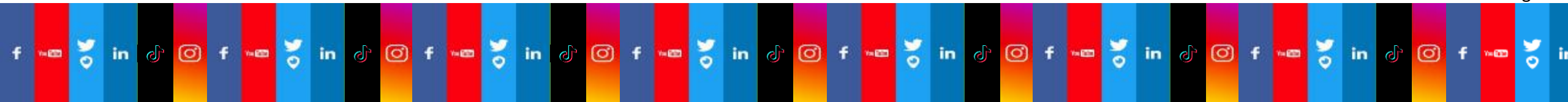


**Lealtad
Nutrirlo**





Fuente: Territorio Digital

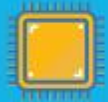




Requisitos Computador



Sistema Operativo:
Windows 10 o superior



Procesador:
Intel Core i3 o superior



Memoria RAM: Mínimo
4 GB (recomendado 8 GB)



Disco Duro:
Recomendado sólido



Pantalla: Resolución mínima
de 17 pulgadas



Periféricos: Lector de código
de barras e impresora POS



Contáctanos



(300) 283-7774
(314) 816-1965

Redes Sociales:



MI DROGUERÍA - SOFTWARE



Facebook



midrogueriasoftware

"Atrévete
a **soñarlo...**
y nosotros
lo creamos"





Te conozco, te anticipo y sorprendo.

Te atraigo, te encuentro siendo yo.

Te cautivo, soy cercano y relevante.

Compartes conmigo, te doy valor.

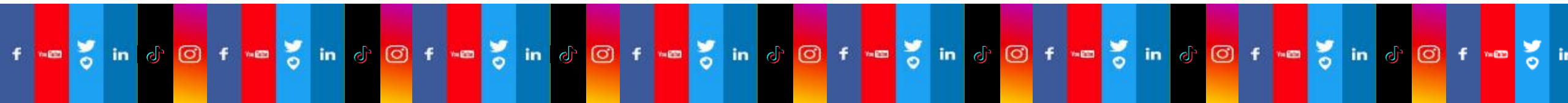
Me das, te priorizo, te doy más.

Y te dejo que lo hagas tú
(aunque siempre esté a tu lado)

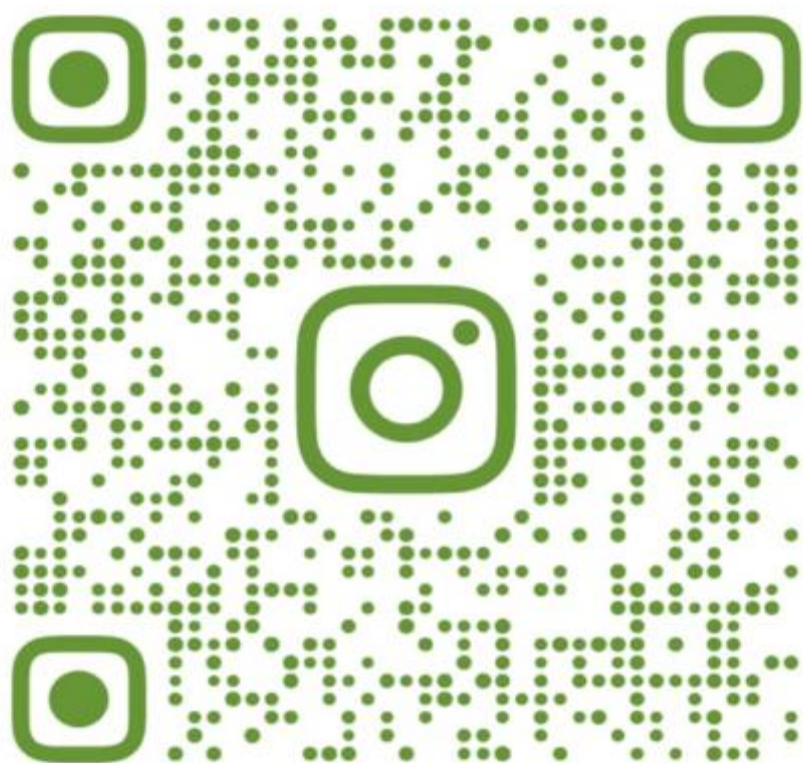


Agradecido de compartir con ustedes.

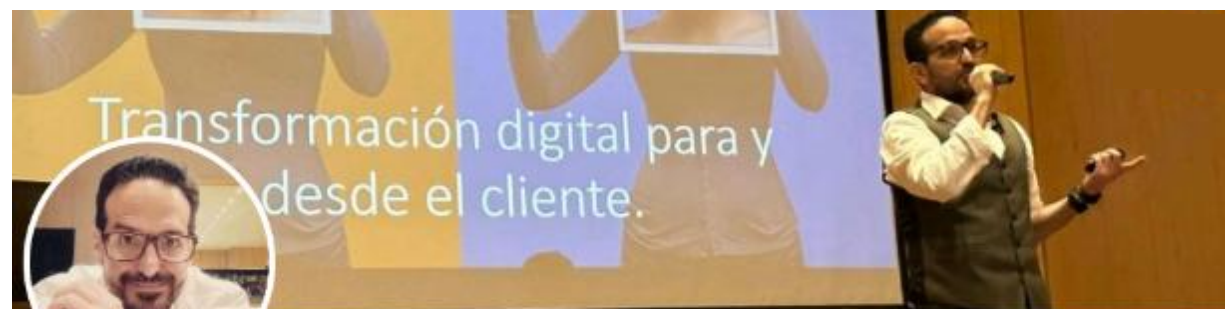
[Ver relación](#)







@GERMANCHOS_



Germán Salcedo Cajiao

Creativo, estratega recursivo para mercadeo, ventas, comunicación, experiencia de clientes, productividad y transformación digital enfocado en la formación integral de equipos y cumplimiento de objetivos hace 26 años.

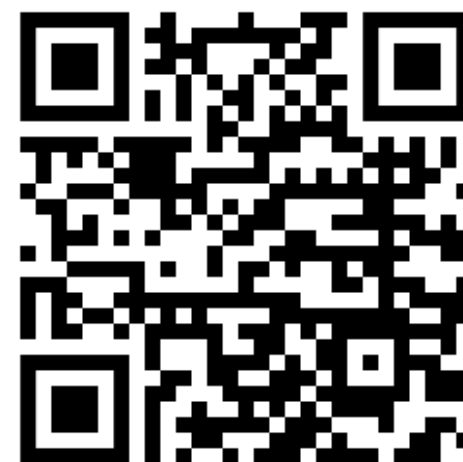
Cali, Valle del Cauca, Colombia · [Información de contacto](#)

[Más de 500 contactos](#)



Profesional Independiente

Universidad Autónoma de Occidente



Glosario

Impresión o Impactos: Número de veces que se aparece o se muestra un anuncio.

Click número de veces que el usuario hace clic en un anuncio.

CTR (Clic Through Rate): Porcentaje de efectividad de clicks sobre las Impresiones. Tasa de clics

VTR (View To Rate): Porcentaje de efectividad de los views sobre las impresiones.

CPA: Costo por Acción - Costo por Apertura (mailing)

CPL: Costo por lead (Registros)

CPC: Costo por clic

CPV: Costo por view/Visualización

CPE: Costo por Engagement o Costo por Envío

CPI: Costo por instalación o interacción

Conversión: momento en el que el usuario realiza la acción clave que nos hemos puesto como objetivo (Registro, venta, descarga).

KPI: Key Performance Indicator, Indicador Clave de Desempeño.

Landing page: Literalmente “página de aterrizaje”.

Lead: Registro

SEO: Abreviatura de Search Engine Optimization (posicionamiento orgánico en buscadores).

SEM: Abreviatura de Search Engine Marketing, mercadeo en buscadores.



iGracias!

X/Tk: @germanchos

IG: germanchos_

FB/In: German Salcedo Cajiao