

4.9

Comentarios (9)

Andres Venegas Piedrahita

Bogotá, Colombia

Conferencista | Capacitador | Docente | Panelista

País de residencia: Colombia

Nacionalidad: Colombia

Idiomas: Alemán, Español, Inglés

Áreas de conocimiento

Customer Experience, Dirección de marketing, Marketing digital, Marketing experiencial, ECommerce, Gestión de la innovación, Innovacion abierta, Creatividad e innovacion de producto, Innovación de todo tipo, Omnichannel marketing, Gerencias de Marketing, Marketing 360, Marketing Automation, Neuromarketing, Digital Marketing, Customer Experience (Experiencia del cliente), Content Marketing, Customer Experience Management (CEM), Customer journey (Mapa de interacción marca-usuario), Customer Centricity, Customer & user experience (Experiencia del cliente), User Experience, Branding, Branding estratégico, Marketing, Desafíos de la Transformación Digital y la Innovación, Marketing Strategy, Innovación Empresarial, Multi-Channel Marketing, Innovation Consulting, Omnicanalidad, Innovación, Omnichannel.

Descripción del perfil

Se define como futurista, visionario y buscador de verdades humanas a través de Insights, generando valor y oportunidades a las compañías por medio de la Innovación y el Branding. Tiene experiencia y conocimiento en las áreas de Mercadeo e Innovación. Es administrador de empresas del CESA, Especialista y Magister en Marketing de la misma institución (CESA) de igual forma cuenta con una maestría en dirección de marketing y ventas de la escuela de marketing y negocios ESIC (Business & Marketing School) en España. Actualmente se desempeña cómo director de mercadeo y de innovación dentro de Omarketing, Odigital, Ocontent y Oworkshops. Es conferencista internacional, docente y consultor, fundador de Expertos Cerveceros y ShoWeb®©. También es columnista de algunas revistas y cuenta con amplia experiencia en los diferentes sectores de la economía. Ha realizado varios cursos y viajes alrededor del mundo que le han permitido entender las diferentes culturas y cómo el lo denomina “ser un marketer de calle”

Conferencias, Cursos o Talleres

La maGia EXiste

Sin especificar

Las nuevas generaciones cambiaron las reglas del marketing, su forma de comprar y se inclinan por las experiencias Omnicanales. La separación entre el mundo virtual y el físico ya no es válida y sus aspiraciones, más bien, están dirigidas a encontrar cada vez más experiencias digitales en los puntos de venta físicos (Markeitng offline). Ya no buscan comprar una marca sino ser parte de estas, la cultura y su ADN serán más notorios que nunca, es su esencia y les permite generar identidad y autoexpresión. Entienden el riesgo asociado a la compra, el poder del contenido de valor (información relevante), el costo beneficio y están en función de reducir sus puntos de dolor. Mientras las marcas están ON, las nuevas generaciones (z y ?) saben estar OFF, entienden la importancia del punto G y que para llegar o alcanzar este, deben estimular varios puntos (tocar las fibras más intimas), pues al final la EXPERIENCIA es lo que cuenta - Omnichannel Marketing la nueva era del marketing experiencial - Marketing de Experiencias. “No importa lo que digas, cómo lo digas o donde lo digas ya que lo único importante es cómo hagas sentir al consumidor”. La EXPERIENCIA logra la venta, éste es el punto G o el Clímax del Consumidor/Comprador. Separamos el marketing digital del offline, en algunos casos nos olvidamos de este, abandonamos al cliente, nos dedicamos a realizar estrategias para ganar la guerra que generamos entre canales, es decir entre el marketing digital y el tradicional (On y Off), cómo si fueran competencia. Sin darnos cuenta, esto nos llevó a enseñar mal al consumidor, afectar las ventas, los márgenes y a los clientes. ShoWeb© (La nueva era del New Retail) una verdadera plataforma Omnichannel que te permitirá unir el marketing (On + Off), aumentar las ventas, enseñar al consumidor, construir valor, generar experiencias únicas, relevantes, que generen recuerdos y comportamientos, sí acciones de compra y recompra. La maGia existe y se llama EXPERIENCIA, esta nos permite llevar al cliente al punto G/Clímax, por esto “El sEXo vende y NO es lo que estas pensando” Sales Experience Omnichannel Marketing, pasamos del Story Telling al Story Doing, del Customer Journey Map al

Paineless Journey Map©, una verdadera EXPERIENCIA para el cliente que busca reducir sus puntos de dolor, acumular recuerdos y compartir sus vivencias.

Una Verdad NO revelada

De 1 Hora a 2 Horas

Onnovation® , la innovación desde la ciencia.

4 Horas o más

Un modelo y una verdadera metodología para generar innovación de alto impacto en la organización y en la sociedad. El Modelo Onnovation® es una metodología de innovación, el cual integra tres de los modelos más efectivos en el mundo (Harvard, Stanford y Hult) con el n de realizar procesos de innovación efectivos y perdurables en el tiempo. Este modelo te permitirá solucionar problemas críticos de forma innovadora dentro de tu negocio. Ayudamos a tus consumidores y empleados a inyectar un valor único en las distintas etapas del embudo de innovación, además de la experiencia ofrecida por los especialistas en innovación e insights. Bajo el modelo

Onnovation® generamos ideas más robustas y poderosas, utilizando los contextos divergentes de los consumidores y de los empleados como pasos a la creatividad.

Omnichannel Shopper Marketing - La nueva era del Retail (ShoWeb©)

Flexible

POR QUÉ EL PROGRAMA ES ÚNICO Y DIFERENTE Podrás vivir una verdadera experiencia omnicanal, entender las nuevas tendencias y macrofuerzas del Retail, la nueva forma de comprar de las nuevas generaciones (z´s y a´s), la tranformación del customer journey centrada en la generación de contenido y en el Painless Journey Map©, con las que podrás construir experiencias únicas, relevantes, que generen recuerdos y comportamientos. Es momento de vivir y entender el mercadeo de una forma distinta, desde los puntos de dolor del cliente. POR QUÉ ASISTIR AL PROGRAMA ¿Quieres generar valor? ¿Impactar al consumidor? ¿Entender los fenómenos mundiales del new retail? ¿Las macrofuerzas? Y ¿generar ventajas competitivas para tu marca que permitan mejorar la experiencia del cliente? Los consumidores no aflojan frente sus expectativas sobre lo que debe ser la forma de comprar productos (tangibles y no tangible). La separación entre el mundo virtual y el físico ya no es válida y sus aspiraciones, más bien, están dirigidas a encontrar cada vez más experiencias digitales en los puntos de venta físicos (Markeitng offline). El consumidor y comprador moderno exigen una experiencia multiplataforma, más cercana, rápida y centrada en resolver sus puntos de dolor. Es momento de vivir y entender el mercadeo de una forma distinta, desde los puntos de dolor del cliente (Shopper + Consumidor). Ya no es suficiente ponernos en sus zapatos, puesto que debemos sentirlos (Human 2 Human), por esto el marketing nace y se hace en la calle. El cerebro recuerda más lo que vive y siente que lo que lee o escucha. “No importa lo que digas, cómo lo digas o donde lo digas ya que lo único importante es cómo hagas sentir al consumidor” @a_venegasp Se debe ser pionero y entender la nueva era del Retail (ShoWeb©®), el poder del Omnichannel Shopper Marketing para así generar valor y ventajas competitivas a las marcas. Entender para cada cliente (Shopper + Consumidor) o potencial cual o cuales podrían ser los estados de necesidad (puntos de dolor) y cómo resolverlos por medio del marketing tradicional y digital (Omnicanalidad). Serán 7 días de conocimiento práctico donde a través de la implementación de metodologías, herramientas de ejecución, EXperiencias, maGia y vivencias, podrás agrupar las variables y entender mejor como aplicar estas en tu marca, organización, productos y/o servicios. Analizaremos como se representan las macrofuerzas y las tendencias centradas en los puntos de dolor del cliente y potenciales y sus EXperiencias. Entenderemos cuáles son las más relevantes para cada marca y como estás están sacando provecho para generar ventajas competitivas y valor a sus clientes y potenciales en función de reducir los puntos de dolor. OBJETIVO GENERAL Comprender la nueva era del Retail (ShoWeb©®), el choque de culturas y las fuerzas que mueven a las personas. El consumidor, aunque posee una mente sin límites, tiene un pasado; una historia que contar y una herencia que seguir y transmitir, un presente; del cual quiere disfrutar y vivir sin límites y un futuro; por el cual soñar y construir. Vislumbrar las tensiones y construir las tendencias para atender las necesidades y así resolver sus puntos de dolor de nuestros clientes (Shopper + Consumidor). Construir la estrategia de Omnicanalidad (Plaza + Promoción) para una marca y/o negocio que generar impacto en la nueva era del Retail. Omnichannel Shopping Marketing - (ShoWeb©®) para lograr generar recuerdos y comportamientos. OBJETIVO ESPECÍFICOS Comprender la importancia del Omnichannel Shopping Marketing. Entender el nuevo consumidor y su forma de comprar. Saber analizar y entender los puntos de dolor del cliente por medio de la metodología The Painless Journey Map©. Analizar y entender las macrofuerzas y tendencias del Retail Omnicanal. Identificar las diferentes oportunidades de negocio que se han desarrollado gracias al Omnichannel Shopping Marketing. Saber implementar estrategias Omnicanal. Vivir y crear experiencias únicas que permitan generar recuerdos y comportamientos de compra en los consumidores. Identificar oportunidades de crecimiento para las compañías, marcas, productos y/o servicios. Entender la importancia de generar valor y enseñar al consumidor. BENEFICIOS Ser pionero en entender la nueva era del Retail

(ShoWeb©®), el poder del Omnichannel Shopping Marketing para generar valor, ventajas competitivas por medio de las metodologías, herramientas, vivencias y experiencias que se van adquirir.

Experiencias

CMO (Chief marketing officer) & CINO (Chief Innovation officer)

Omarketing

2017 - Actual

Estudios

Máster en Dirección de Marketing

Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA)

2018

Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

ESIC Business & Marketing School (ESIC)

2017

Especialización en Mercadeo Estratégico

Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA)

2014

Administrador de Empresas

Colegio de Estudios Superiores de Administración (CESA)

2012

Artículos

La maGia EXiste

Las nuevas generaciones cambiaron las reglas del marketing y la forma de comprar, entendieron el poder que tiene la información e inconscientemente trabajan en reducir el riesgo asociado a la compra (búsqueda on + off).

El costo beneficio, cada vez toma más fuerza y hace que el precio no sea la razón o el motivador de compra principal.

http://www.omarketingpro.com/ArticuloBlog?id=13

Una verdad NOrevelada

El marketing está iniciando su versión 4.0, tiene un nuevo sentido, el sentido delo humano y de la economía colaborativa. Pasaremos del “Storytelling” al “Story-doing”. El cambio en el interés de los consumidores es cada vez más notorio ytoma mayor fuerza, estos buscan dejar atrás las posesiones para darle una mayorimportancia a las experiencias, cambiando los patrones de compra

https://andigraf.com.co/notigraf-edicion-64/

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/andres-venegas-piedrahita