

KUNMAP

**CONTENT
MARKETING**

PREPARADO PARA ABBOTT



LEO CASTRO BROTTTO
DIRECTOR DE TECNOLOGÍA
KUNMAP

leoc@kunmap.com



EDGAR LÓPEZ CHÁVEZ
CUSTOMER SUCCESS MANAGER
KUNMAP

edgarl@kunmap.com

Durante la sesión.

- Mantener tu **micrófono apagado**.
- Mantener tu **cámara encendida**.
- Escribe **tu nombre** en Zoom.
- Participar, **levanta tu mano virtual** en Zoom.
- Envía **tus preguntas** por el chat de zoom.

Descarga aquí los materiales de esta sesión.

<https://kunmap.com/workshops/abbott/>

Ayer vimos.

Qué es un Buyer Persona

Qué es un Customer Journey Map

Cómo aplican en el negocio de Abbott

Una buena historia tiene dos cosas.
Un **personaje** y una **trama**.

George Lucas

Customer Journey Maps 

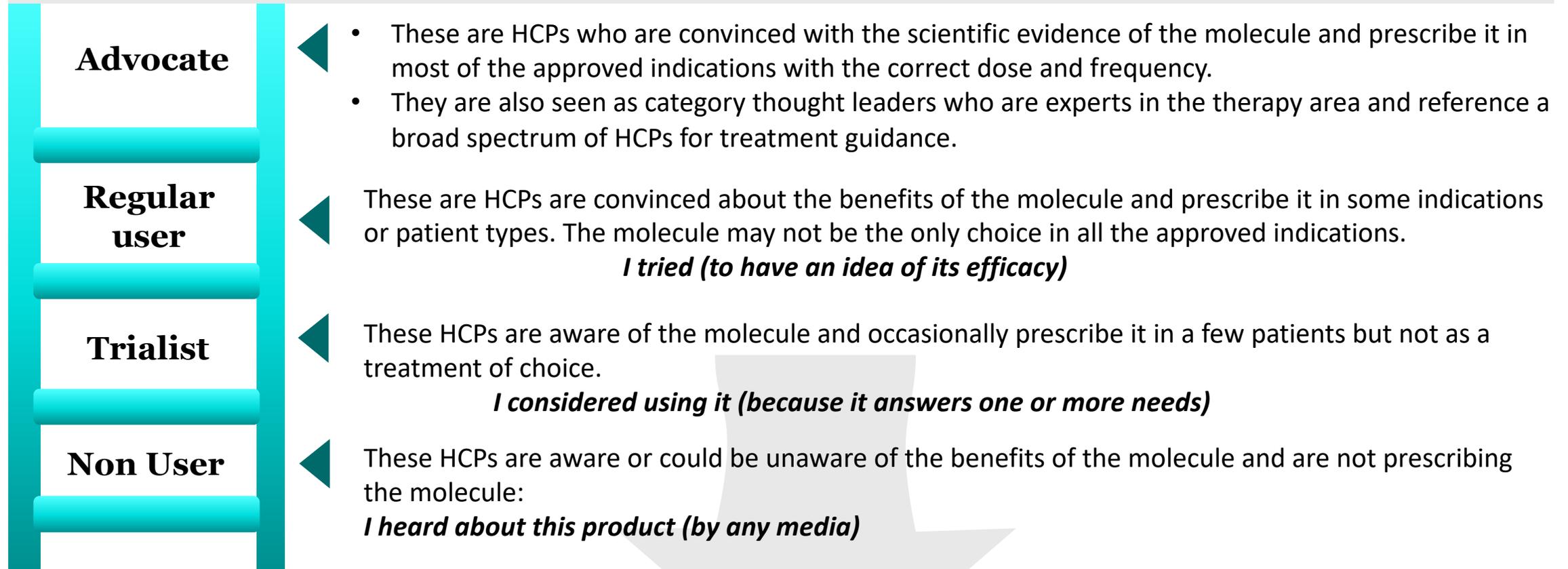
Buyer Persona 

Una buena historia tiene dos cosas.
Un **personaje** y una trama.

George Lucas

Buyer Persona 

Understanding customer behavior and beliefs helps to indicate their location on the Bonding Ladder



AWARENESS

EVALUATION

PURCHASE DECISION

ENGAGEMENT

RETAIN

Piensa ahora en tu cliente. Elige uno de lo cuatro Buyer Personas de Abbott.

Ponte en sus zapatos. Piensa en el contexto y en qué está pensando. Descríbelo en el Excel.





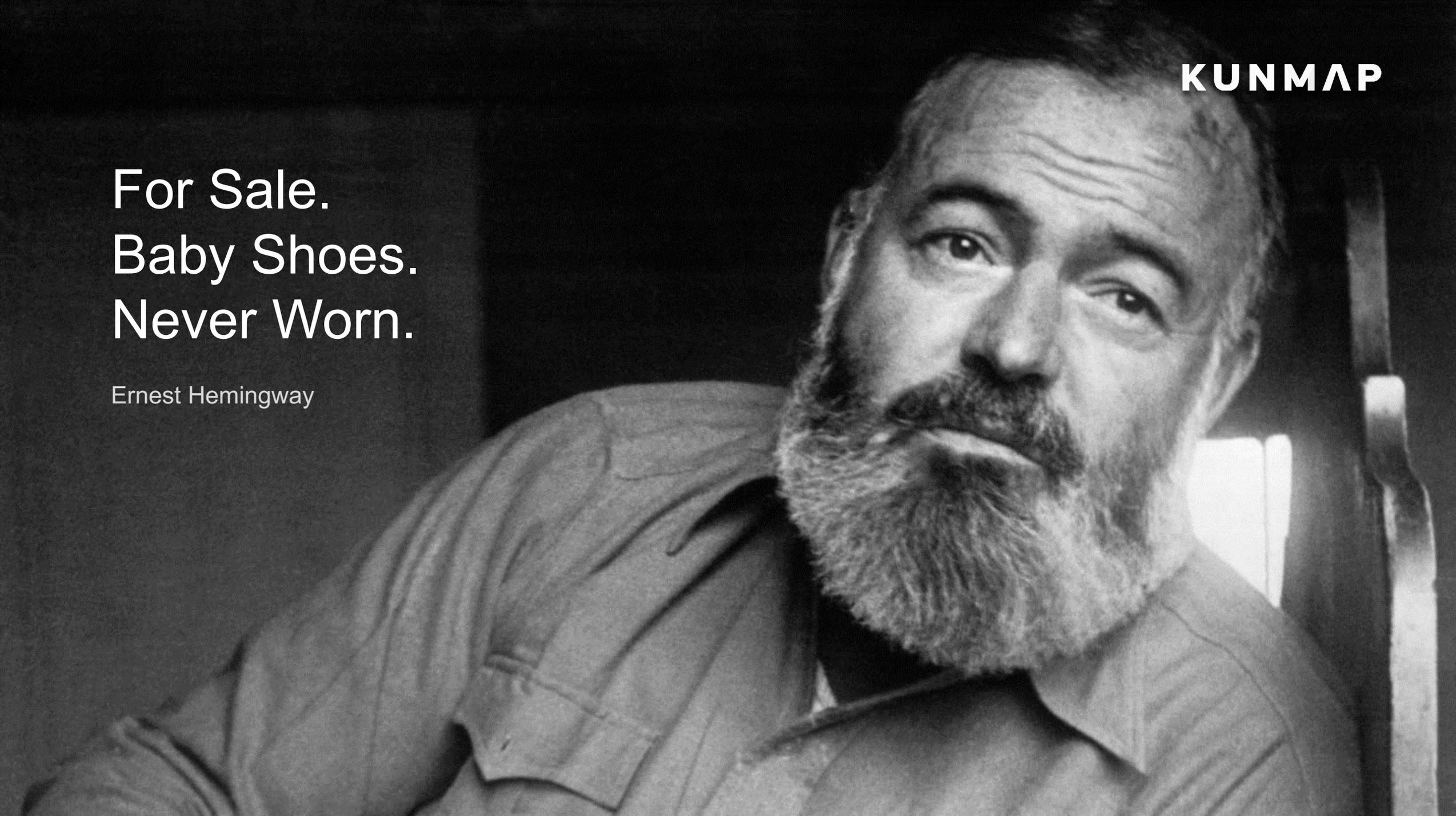
MARGARITA CALDERÓN
DIRECTORA, KUNMAP

margaritac@kunmap.com



EDGAR LÓPEZ
CUSTOMER SUCCESS MANAGER, KUNMAP

edgarl@kunmap.com

A black and white close-up portrait of Ernest Hemingway. He has a full, thick beard and mustache, and his face shows signs of age with wrinkles on his forehead. He is looking slightly to the right of the camera with a serious expression. He is wearing a light-colored, short-sleeved button-down shirt. The background is dark and out of focus.

KUNMAP

For Sale.
Baby Shoes.
Never Worn.

Ernest Hemingway

Un buen contenido es aquel que
influencia el comportamiento del usuario.

The background features several large, overlapping geometric shapes in various shades of gray, creating a modern, architectural feel. On the left, there is a tall, vertical rectangular prism. To its right, a larger, more complex shape with multiple facets and a diagonal cutout extends across the upper and middle portions of the frame. The overall composition is clean and minimalist.

KUNMAP

**CÓMO CONSTRUIR
UNA EXPERIENCIA
DE CONTENIDOS**

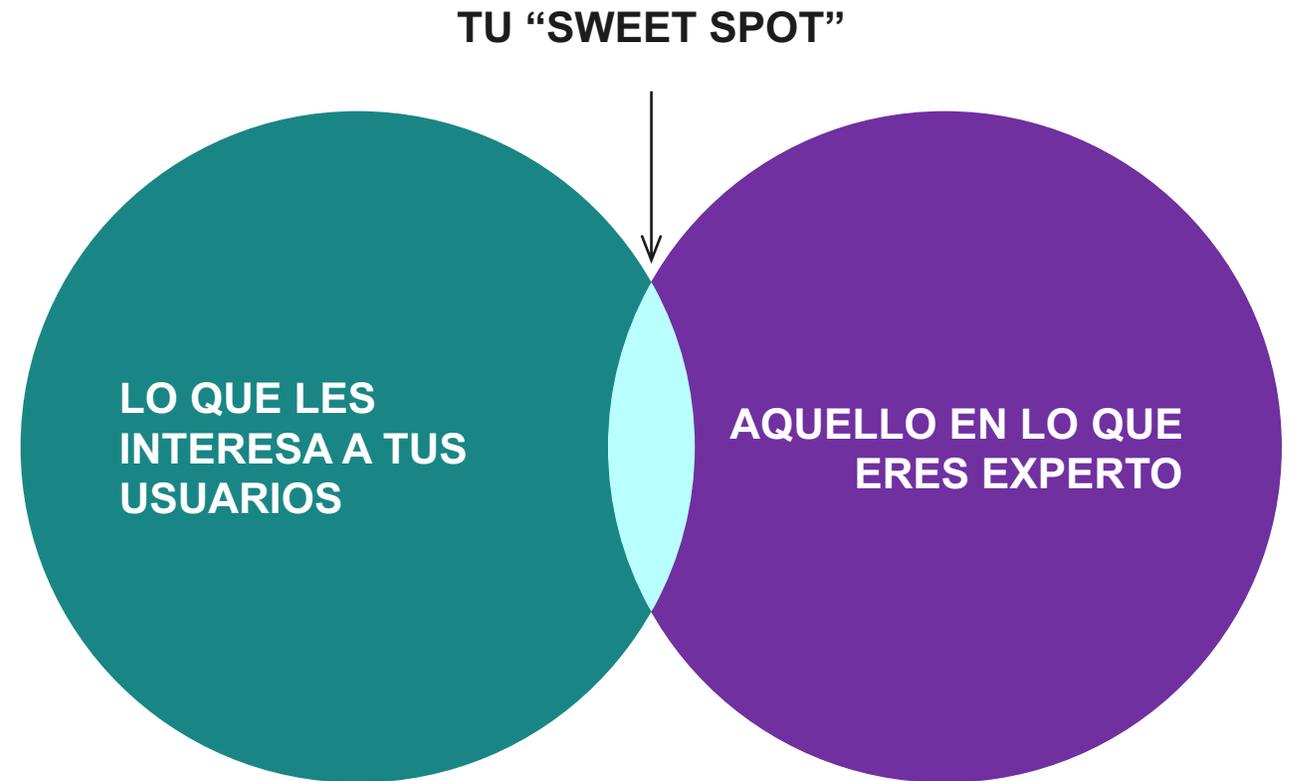
PREPARADO PARA ABBOTT

Los marketers deberían dejar de ser fantásticos y empezar a ser útiles.

Jay Baer



CONTENIDOS



Piensa en tu **buyer persona**.

Elige una etapa del Customer Journey. (Awareness, Interest, Evaluation, Action or Retain)

Describe lo que le **interesa a tu usuario** en esa etapa y aquello en lo que **eres experto**.

Describe tu Sweet Spot.



zoom



WHITEBOARD



WORKSHOP / SWEET SPOT

KUNMAP





KUNMAP

**CASOS DE
EXPERIENCIAS DE
CONTENIDOS**

PREPARADO PARA ABBOTT

3M LATAM

Para líderes de empresas de sus sectores, lanza el índice de curiosidad en Latinoamérica. Es una campaña de UGC (User Generated Content) que compara la curiosidad de un participante contra distintos segmentos.

Los datos son obtenidos del perfil de LinkedIn de cada participante y de sus respuestas.

El usuario recibe su resultado por email junto con artículos relacionados para aumentar o mantener su curiosidad.

<https://curiosidad.3m.com/blog/sabes-cual-es-tu-indice-de-curiosidad/>

LinkedIn

3M

3M Curiosity Index quiere:

- Usa tu perfil básico, con tu nombre, foto, titular y puestos actuales
- Usa la dirección de correo electrónico principal asociada a tu cuenta de LinkedIn
- Publica actualizaciones en LinkedIn en tu nombre

Puedes detener esta sincronización más adelante desde la [configuración](#) de LinkedIn. Se aplican las condiciones de 3M Curiosity Index. [Más información](#)

¿No eres tú?

Cancelar Permitir

Política de privacidad Condiciones de uso

10:02 curiosidad.3m.com 71%

3M Ciencia. Aplicada a la vida.™ Índice de Curiosidad Participa

¿Cuánto influye la curiosidad en tu vida?

Responde **3 preguntas** y descubre qué tan curioso eres.

En 3M estamos realizando un estudio sobre qué tanto influye la curiosidad en los profesionales en Latinoamérica. Sé parte de esta nueva generación de profesionistas.

in PARTICIPA CON LINKEDIN

Conoce nuestra [Política de Privacidad](#) en Internet. ¿Por qué registrarte con LinkedIn?

Índice de curiosidad de Latinoamérica

Sobre un máximo posible de 100, el **índice de curiosidad promedio en Latinoamérica es de 62 puntos**. Participa en el estudio para conocer el tuyo y saber cómo comparas con otros profesionistas de tu país e industria.

62 sobre 100

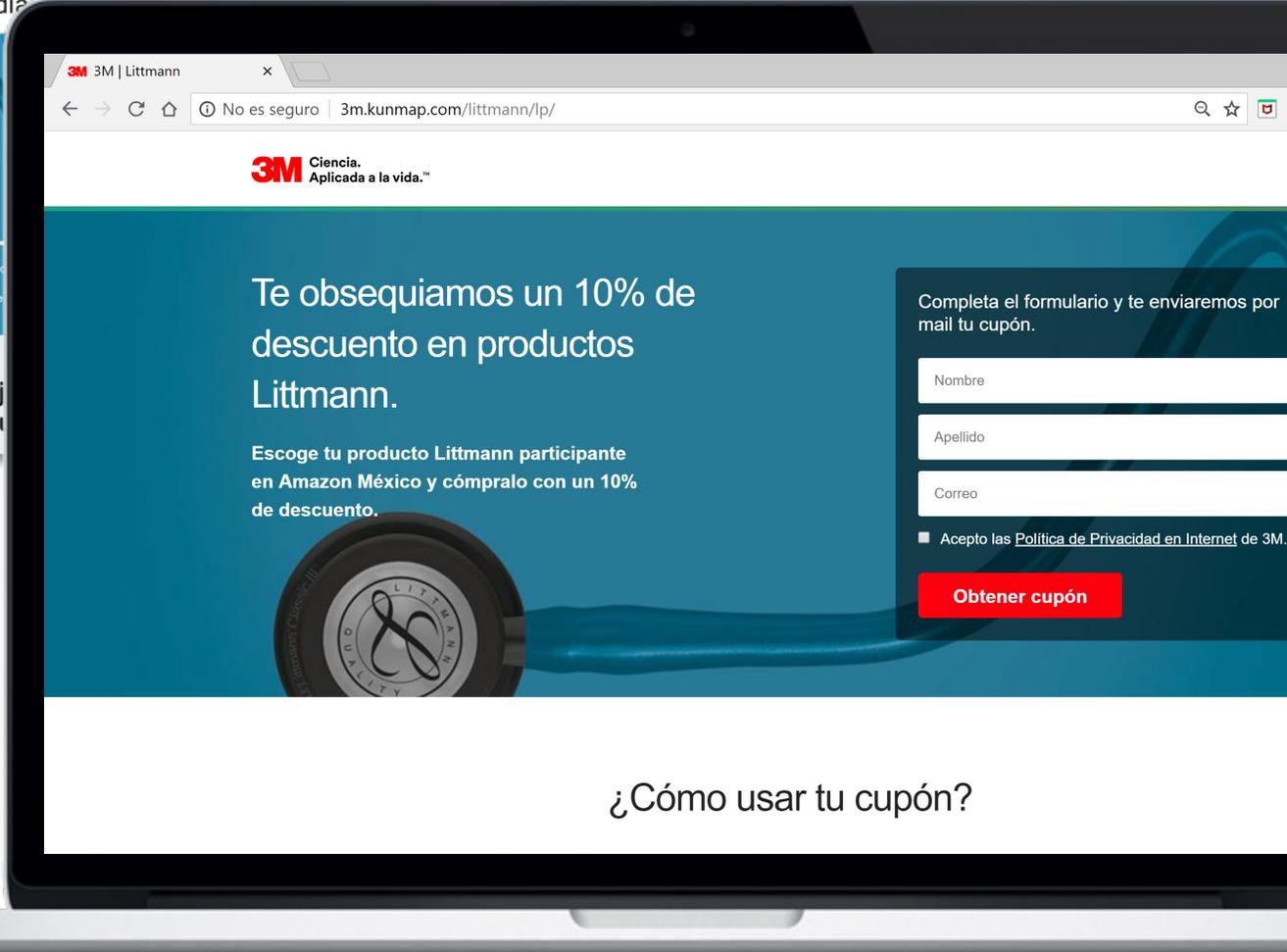
in PARTICIPA CON LINKEDIN

LITTMANN

Littmann ofrece un descuento del 10% en la compra de tu estetoscopio en Amazon.

Los modelos seleccionados son para **estudiantes del 4to y 5to semestre** de la carrera de medicina.

Debes registrarte para obtener tu cupón.



GYMPASS

Gympass ofrece **membresías para deportes** (gimnasio, yoga, natación) a usuarios y empresas.

Gympass publica un anuncio en LinkedIn promocionando un ebook sobre **“Retención de Talentos”**



Piensa en tu **buyer persona**, la **etapa del Journey** que elegiste y tu **sweet spot**.

Diseña una experiencia de contenidos. Elige un **CONTENIDO** que quieras desarrollar en los próximos meses.

Mapea los **MEDIOS** necesarios para lograr la experiencia deseada. Cada contenido y medio debería mitigar una objeción, responder una pregunta del usuario o acelerar el paso a la siguiente etapa del ciclo de compra.

WORKSHOP / EXPERIENCIA DE CONTENIDOS

KUNMAP



Desarrolla el **copywriting de un EMAIL** que utilizarías en tu experiencia de contenidos.

Si terminas pronto, desarrolla un segundo toque de tu experiencia de contenidos por EMAIL.



KUNMAP

