

el Fanzine que tienes que leer para mejorar tus resultados



MONTHLY:

COME

RUN

WRITE

KNOSSOS, NUEVO AÑO CERO
El lápiz del C.E.O, de Ignacio Sánchez

TENDENCIAS DE MARKETING EN 2024

El “fondo de armario” para tu Marca que sí o sí hay que tener este año

LA BICI DE RUEDINES: ESTE MES, EL EXCEL

¿Por qué sigues utilizando esta herramienta si sirve para menos de lo que crees o necesitas?

KNOSSOS.





EL LAPIZ DEL C.E.O

KNOSSOS.

UN NUEVO AÑO CERO

El 2023 ha sido un viaje salvaje, ipero nos encanta un buen desafío! Hemos estado ocupados transformándonos para entrar en el 2024 con una propuesta fresca y directa, que intenta responder de manera efectiva a las necesidades y desafíos que nuestros clientes nos han lanzado.

Nuestro equipo ha crecido. Y lo ha hecho en número y en valor, sumando años de experiencia que se transforman en soluciones nuevas inspiradas en nuevos puntos de vista. Después de meses de reflexión, iteraciones y mucha cafeína, decidimos que era hora de un cambio. Así que aquí estamos, con un nuevo logo, colores más vivos y una propuesta de valor más clara.

Y este nuevo camino que hemos querido dibujar para acompañar a nuestros clientes hacia el éxito empresarial se basa en tres pilares: **Descubre, Activa y Crece.** Partimos desde el descubrimiento de sus fortalezas y áreas de mejora, hasta el crecimiento de sus ventas, pasando por la optimización de sus procesos y la activación creativa de su marca.

Para garantizar el éxito de nuestros clientes, no solo nos esforzamos por entenderles a ellos, sino también a SUS clientes. Solo comprendiendo las expectativas y necesidades de sus clientes, podremos ayudar a nuestros clientes a alcanzar el éxito empresarial. Nuestra propuesta es integral. Combinamos creatividad, innovación y experiencia para impulsar tu negocio hacia el éxito, dondequiera que quieras situarlo.

#Marketing #Diseño #Estrategia para hacer que tu marca sea aún más grande. En Knossos, estaremos a tu lado, sumando nuestra experiencia para multiplicar tu visibilidad, impacto, satisfacción y resultados.

Nos Sumamos para Multiplicar. ¡Vamos a hacer algo increíble juntos!. ¡Adelante!

 Ignacio Sánchez Marcos
C.E.O Knossos

Ignacio Sánchez Marcos



TENDENCIAS DE MARKETING, DISEÑO Y COMUNICACIÓN A TENER EN CUENTA EN 2024

En 2024, el **marketing** se centrará en la **personalización** y la **relevancia** para cada cliente, y la **inteligencia artificial** de marketing puede ayudar a alcanzar ese nivel de centrado en el cliente. **Además, se espera que la calidad del contenido sea más importante que la cantidad.**

En cuanto al **diseño gráfico**, se espera que los **personajes 3D** sean una tendencia importante en 2024, creando experiencias visuales más inmersivas y cercanas. También se espera que los colores pasteles sean una tendencia popular.

En **diseño web**, se espera que **perfeccionar el UX** sean una tendencia importante, junto con el **modo oscuro**. Además, se espera que los diseños interactivos y la **carga (ultra)rápida de sitios web** sean tendencias importantes.

En cuanto a la **comunicación**, se espera que la ciencia del marketing sea una tendencia importante en 2024, un enfoque novedoso centrado en **combinar datos de GTM** (la **capa de datos de Google Tag Manager**) e **inteligencia artificial**, utilizando algoritmos de aprendizaje automático para comprender la mecánica de GTM, impulsar mejoras cruciales y optimizar el motor de marketing para el crecimiento.

Además, se espera que **los empleados como personas influyentes esenciales sean una tendencia importante**, ganándose la confianza del consumidor a través de las perspectivas únicas y perspicaces de sus empleados y el apoyo genuino a la marca y al negocio.

Seguiremos informando (porque seguro que, según avance el año, descubriremos más tendencias)



**No se trata de la red social
en la que está tu marca.**

**Se trata de lo que cuentas
y cómo lo cuentas.**

a tu equipo de Marketing

NOS SUMAMOS PARA MULTIPLICAR

tus resultados

knossos.



knossosconsulting.com/es/





B.2.B, K.P.I, C.M.S, G.R.P, B.2.C, C.T.R, C.E.O, C.I.O...y como no iba a ser menos, P.M.O.

Lo primero de todo, por la parte que nos toca, es pedirnos perdón por el exceso de abreviaturas que utilizamos en nuestra profesión. Como dice la madre de uno de los miembros de nuestro equipo, “parece que nos los hemos inventado para cobrar más...”.

Así que vamos a explicarlo de la manera más fácil que se nos ha ocurrido. Porque, para nosotros, lo importante es que lo entiendas y que, además, sepas por qué es importante contar con esta figura en tu empresa.

Un **P.M.O.** es como un equipo de expertos que ayuda a otros equipos a trabajar juntos y hacer cosas “guapas”. Imagina que tienes un grupo de amigos y quieren construir una barbacoa en el jardín. Pero, cada uno tiene una idea diferente de cómo debería ser la barbacoa. Algunos quieren una grande, otros quieren una pequeña, algunos quieren una con muchas parrillas, otros quieren una que además tenga una bandeja para poner una bebida. Es un caos, ¿no?. Pero, si tienes un equipo de expertos, como un **P.M.O.** (es decir, un **Project Management Office** o una **Oficina de Dirección de Proyectos**), pueden ayudar a tus amigos a trabajar juntos y hacer una barbacoa (como diría un castizo) **dabuten**. El **P.M.O.** les ayudará a ponerse de acuerdo sobre cómo debe ser la barbacoa, quién hará qué trabajo, cuándo se terminará...y sin gastarse más pasta de la necesaria.

Y lo más importante: llegará el verano y estará terminada la barbacoa!

**QUÈ ES ESO DEL
P.M.O
POR QUÈ TIENES
QUE SABERLO
Y PARA QUÈ TE VA
A SERVIR**



QUÉ ES ESO DEL P.M.O POR QUÉ TIENES QUE SABERLO Y PARA QUÉ TE VA A SERVIR

La **PMO (Oficina de Dirección de Proyectos)** puede ayudar a las empresas en varios aspectos. Algunos de ellos son:

- ✘ **Estandarización de Procesos:** Puede establecer y mantener estándares para la ejecución de proyectos. Esto asegura que se sigan prácticas consistentes en toda la organización, lo que mejora la eficiencia y reduce los riesgos (¡aleluya!). Además, la especialización de las PMO en ciertos sectores les permite poseer un profundo conocimiento “vertical” de las mejores prácticas, regulaciones y dinámicas específicas de su sector objetivo, lo que les permite ofrecer soluciones más adaptadas y efectivas.
- ✘ **Mejora de la Planificación y Gestión de Recursos:** Ayuda a desarrollar planes de proyecto sólidos y asigna recursos de manera eficiente. Esto te asegura que los proyectos se completen a tiempo y dentro del presupuesto (recuerda lo que decíamos antes de la barbacoa...).
- ✘ **Gestión de Riesgos y Problemas:** La PMO puede identificar y gestionar de manera proactiva los riesgos y problemas en los proyectos. Esto ayuda a minimizar los impactos negativos y a mantener los proyectos en camino.
- ✘ **Establecimiento de Indicadores Clave de Rendimiento (los famosos KPIs):** Estos KPIs proporcionan una visión cuantificable y objetiva del progreso de los proyectos, permitiendo identificar áreas de mejora y tomar decisiones informadas. Al establecer KPIs específicos y alineados con los objetivos estratégicos de la empresa, la PMO puede evaluar la eficiencia operativa, el uso efectivo de recursos, la calidad de la entrega y el cumplimiento de plazos. Estos indicadores también sirven como herramientas de alerta temprana, identificando posibles problemas antes de que se conviertan en obstáculos significativos (es decir, como decían los Pitufos, “es mejor prevenir que curar”)
- ✘ **Desarrollo de Competencias:** La PMO desempeña un papel fundamental al facilitar la formación y el desarrollo de habilidades en gestión de proyectos. Al proporcionar programas y recursos de capacitación, contribuye a la construcción de un equipo altamente capacitado y competente en la gestión de proyectos.
- ✘ **Aumento de la Eficiencia y Productividad:** Contribuye a un aumento de la eficiencia y productividad al optimizar procesos y recursos. Al establecer prácticas estandarizadas y eficientes, así como al asignar recursos de manera estratégica, la PMO facilita la entrega oportuna de proyectos y productos. Este enfoque sistemático y eficaz no sólo acelera la ejecución de proyectos, sino que también mejora la utilización de los recursos disponibles, contribuyendo directamente a la eficiencia operativa y al logro de resultados exitosos de manera más efectiva.



“Toma las decisiones necesarias para que no te arrepientas después”

Esta frase no es de nuestro CEO, es de Jeff Bezos.
Sí, ese, el de Amazon.
Fíate de su consejo. Mira la que ha liado.

KNOSSOS.
DESCUBRE

Nuestro Servicio para que empieces por el principio:
Conocerte para tomar decisiones estratégicas informadas

  [knossosconsulting.com](https://www.knossosconsulting.com)

método
DAC.

ESTRATEGIAS OMNICANAL:

CONECTANDO CON TUS CLIENTES EN TODOS LOS PUNTOS DE CONTACTO

En el panorama empresarial actual, las estrategias omnicanal se han convertido en un componente esencial para establecer conexiones efectivas con los clientes en todos los puntos de contacto. La omnicanalidad implica proporcionar una experiencia coherente y fluida a través de los diversos canales disponibles, ya sean físicos o digitales. Al implementar estrategias omnicanal, las empresas pueden maximizar la satisfacción del cliente y fomentar la lealtad.

A continuación, os contamos estrategias clave para lograr una implementación efectiva de la omnicanalidad:

- 1. Conocimiento Profundo del Cliente:** utiliza datos para segmentar de manera precisa a los clientes según sus preferencias y comportamientos, permitiendo una personalización más efectiva.
- 2. Integración de Canales:** mediante la interconexión de plataformas garantiza una integración fluida entre canales en línea y fuera de línea para proporcionar una experiencia sin fisuras
- 3. Consistencia en Mensajes y Tonos:** para asegurar la uniformidad de la marca es necesario mantener la consistencia del mensajes y tonos de marca (“brand voice”) en todos los canales, permitiendo la construcción de una identidad de marca sólida.
- 4. Personalización en Tiempo Real:** el uso de análisis predictivo ayuda a las empresas a anticipar las necesidades del cliente y personalizar interacciones en tiempo real.
- 5. Automatización Estratégica:** la implementación de herramientas de automatización de campañas de marketing ayuda a asegurar que éstas sean cohesivas en todos los canales. Algunos ejemplos de estas herramientas son Salesforce Marketing Cloud / Salesforce Account Engagement (Pardot).

La omnicanalidad no solo se trata de presencia en múltiples canales, sino de ofrecer una experiencia unificada y enriquecedora en cada punto de contacto con el cliente.

- 6. Feedback Continuo:** es crucial recopilar y analizar el feedback de los clientes en todos los puntos de contacto para ajustar las estrategias y mejorar de manera continua.
- 7. Experiencia del Cliente sin Fricciones:** es preciso implementar una interfaz intuitiva que asegure que la experiencia del cliente sea fluida y sin esfuerzos, desde la navegación en línea hasta las interacciones presenciales.
- 8. Datos Analíticos para Mejora Continua:** la utilización de datos analíticos de resultados ayuda a la hora de evaluar el rendimiento de tus estrategias omnicanal y a realizar los ajustes correspondientes cuando sea necesario.
- 9. Integración con Tecnologías Emergentes:** la adopción e incorporación de tecnologías emergentes, cómo pueden ser la inteligencia artificial o la realidad aumentada enriquecen la experiencia del cliente.
- 10. Capacitación del Personal:** un entrenamiento efectivo del personal es crucial para asegurar que esté capacitado para ofrecer una experiencia coherente y orientada al cliente en todos los canales.

Al adoptar estrategias omnicanal de manera integral, las empresas pueden fortalecer sus relaciones con los clientes, brindar experiencias más satisfactorias y destacarse en un entorno empresarial cada vez más competitivo.

ESTE MES, EN LA BICI DE RUEDINES: EL EXCEL



En la vida hay herramientas a las que estamos muy acostumbrados porque las conocemos de toda la vida...pero a las que les damos un uso que nos es el adecuado. Es decir, que son tan inútiles como una bici de ruedines para correr el TOUR de Francia.

Por eso inauguramos este mes nuestra sección **BICI DE RUEDINES**, donde hablaremos de esas herramientas, estrategias, aplicaciones...a las que les estamos dando una vida útil más allá de sus posibilidades.

Y vamos a empezar con nuestro querido **EXCEL**.

Adiós a Excel: Por qué deberías pasar ya a un CRM para la Gestión de Ventas

En un mundo empresarial en constante evolución, la gestión de ventas eficiente es clave para el éxito. Mientras que Excel ha sido una herramienta confiable durante mucho tiempo, la transición hacia un Sistema de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM) puede marcar la diferencia en la eficiencia y la productividad. Descubre por qué deberías dejar de depender de Excel y adoptar un CRM para impulsar tu estrategia de ventas.

1. Centralización de Datos: CRM vs. Excel



Excel:

Hoja de Cálculo Dispersa: Datos dispersos y no estructurados.

Riesgo de Duplicación: Puede llevar a duplicación de datos y errores.

Actualización Desafiante: Dificultades en la actualización en tiempo real, afectando la precisión.



CRM:

Estructura Centralizada: Datos del cliente accesibles y unificados.

Coherencia: Evita duplicaciones y asegura información actualizada.

Colaboración Mejorada: Facilita la colaboración interdepartamental.

2. Automatización y Eficiencia: CRM vs. Excel



Excel:

Limitaciones en la Automatización: Excel requiere entradas manuales, lo que puede llevar a errores y pérdida de tiempo en tareas repetitivas.



CRM:

Automatización Avanzada: Un CRM automatiza procesos, desde el seguimiento de leads hasta el envío de correos electrónicos, mejorando la eficiencia y reduciendo la carga de trabajo manual.



ESTE MES, EN LA

BICI DE RUEDINES:

EL EXCEL



3. Colaboración Mejorada:



Excel:

Dificultades en Colaboración: Excel no facilita la colaboración en tiempo real, lo que puede resultar en la falta de cohesión entre equipos.



CRM:

Colaboración en Tiempo Real: Los CRMs permiten la colaboración instantánea, donde los equipos pueden compartir datos y actualizaciones al instante, mejorando la comunicación y la toma de decisiones.

4. Análisis Predictivo y Tendencias:



Excel:

Limitaciones en el Análisis: Excel ofrece análisis básicos, pero carece de capacidades predictivas y de análisis avanzado.



CRM:

Análisis Predictivo: Los CRMs emplean análisis avanzados para prever tendencias, identificar oportunidades de venta y tomar decisiones informadas basadas en datos.

5. Seguridad de Datos y Cumplimiento:



Excel:

Vulnerabilidades de Seguridad: Los archivos de Excel pueden ser propensos a errores y pueden tener problemas de seguridad si no se gestionan adecuadamente.



CRM:

Seguridad Avanzada: Los CRMs ofrecen medidas de seguridad robustas, protegiendo la información confidencial y cumpliendo con regulaciones de privacidad.

6. Escalabilidad y Crecimiento:



Excel:

Limitaciones con el Crecimiento: A medida que la empresa crece, Excel puede volverse ineficiente y difícil de escalar para manejar grandes volúmenes de datos.



CRM:

Escalabilidad: Los CRMs están diseñados para crecer con tu empresa, adaptándose a las necesidades cambiantes y manteniendo la eficiencia incluso en entornos empresariales más grandes.



ESTE MES, EN LA

BICI DE RUEDINES:

EL EXCEL



7. Integración avanzada con otras Aplicaciones: Un plus de los CRMs frente a Excel

En cuanto al uso de sistemas de CRM, cabe mencionar la oportunidad de integración con otras herramientas, permitiendo a las empresas construir un ecosistema digital sólido, mejorando la eficiencia y colaboración. Desde herramientas de marketing digital hasta plataformas de gestión de proyectos, los CRMs permiten una sinergia perfecta, proporcionando a las empresas una visión unificada y actualizada de datos cruciales en tiempo real. Algunos ejemplos clave son:

a) Integración con Herramientas de Marketing Digital:



Beneficios:

Seguimiento de Campañas: Rastrea leads, conversiones y métricas clave.

Automatización del Flujo de Trabajo: Automatiza tareas y correos electrónicos de seguimiento.

Segmentación Avanzada: Personaliza estrategias con una segmentación precisa.

Análítica Compleja y Consolidada: Obtén análisis completos de la efectividad de tus campañas.

b) Integración con Plataformas de Gestión de Proyectos:



Beneficios:

Visibilidad Total del Proceso de Ventas: Desde leads hasta entrega de productos o servicios.

Colaboración Mejorada: Evita duplicación de esfuerzos y mejora la comunicación.

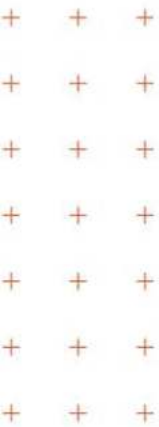
Asignación Eficiente de Recursos: Vincula las necesidades del cliente con proyectos.

Automatización de Procesos: Crea tareas automáticas basadas en eventos del CRM.



Si bien Excel mantiene su valía para tareas cotidianas (listas de invitados a cumpleaños...) y análisis básicos, sus limitaciones en análisis avanzado y manejo de grandes volúmenes de datos han impulsado a las empresas a explorar soluciones especializadas como los Sistemas de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM). **Utilizar un CRM no solo supera las restricciones de Excel, permitiendo análisis más avanzados y eficiente manejo de datos, sino que también posiciona a las empresas para aprovechar al máximo su información en el entorno empresarial competitivo actual.**

Es relevante mencionar que, aunque la implementación de CRM implica una ligera curva de aprendizaje para los empleados, este matiz inicial se traduce en mejoras sustanciales en la eficiencia y capacidad analítica a largo plazo.



Te esperamos con más **mONTH—ILy**: el próximo mes
y con más contenido aquí

  [knossosconsulting.com](https://www.knossosconsulting.com)

KNOSSOS.

