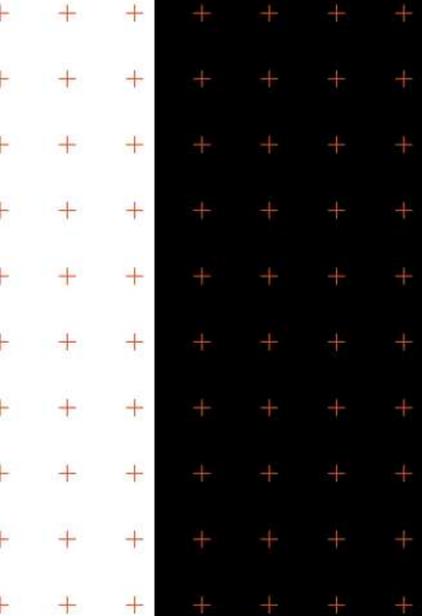


el Fanzine que tienes que leer para mejorar tus resultados



MONTHLY:

Número Especial Ciberseguridad



TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN CIBERSEGURIDAD

El Lápiz del Experto

TENDENCIAS DE MARKETING ESTE 2024 A tener en cuenta si te dedicas a la Ciberseguridad

EDUCA Y VENDERÁS

Branded Content Formativo para mejorar tus resultados

KNOSSOS.





EL LAPIZ DEL ~~CEO~~ EXPERTO

Tecnologías Disruptivas: Desafíos y Oportunidades en Ciberseguridad

Nos acercamos rápidamente a una nueva convulsión en el ámbito de las Tecnologías de la Información, centrada en la integración de la Inteligencia Artificial (IA), las redes de comunicaciones de alta velocidad (5G) y los dispositivos conectados (IoT - Internet de las cosas).

Aunque la IA generativa con modelos predictivos promete transformaciones laborales, su implementación plantea riesgos de seguridad, ya que carecen de criterios de seguridad incorporados, lo que podría comprometer la privacidad y la integridad de los datos.

El verdadero cambio revolucionario surge de la convergencia de la IA, el 5G y el IoT.

Los dispositivos conectados, impulsados por avances tecnológicos, pueden procesar algoritmos en tiempo real, adoptando la "computación en el borde" para evitar la transferencia de datos a entornos en la nube más distantes.

Esta tendencia, omnipresente en nuestras actividades cotidianas, plantea desafíos significativos de seguridad, exigiendo la securización desde el diseño de los dispositivos IoT, la protección de la información procesada y la garantía de la seguridad de las identidades de los usuarios.

El aumento exponencial de la superficie de ataque y el cambio en el modelo de computación subrayan el principal reto de seguridad: proteger las identidades de los usuarios que acceden a sistemas mediante dispositivos IoT. Muchos de estos dispositivos, como los smartphones, carecen de integración adecuada en las políticas de seguridad de las organizaciones, lo que los convierte en potenciales "caballos de troya".

El robo de credenciales, la falta de mecanismos de verificación de identidad y deficiencias en la monitorización de accesos plantean un panorama problemático en ciberseguridad.

Los fabricantes de tecnología y proveedores de servicios deben prestar especial atención a la incorporación, despliegue y presentación de elementos de seguridad. En un contexto donde la ciberseguridad marca la diferencia en la elección de proveedores, la implementación efectiva de medidas de seguridad se convierte en un factor determinante.

Este escenario destaca la necesidad urgente de diseñar y desplegar marcos de referencia sólidos, incorporando criterios de seguridad en el desarrollo de aplicativos y estableciendo una batería exhaustiva de pruebas para garantizar la protección integral de sistemas y datos.

TENDENCIAS DE MARKETING A TENER EN CUENTA ESTE 2024

(SI ERES UNA EMPRESA DE CIBERSEGURIDAD)



mONTN—ILY:

el Fanzine que tienes que leer para mejorar tus resultados

n|1

El Marketing B2B, en constante evolución, se enfrenta a un entorno dinámico y altamente competitivo.

Para destacar en el mundo de las Marcas de Servicios de Ciberseguridad en 2024, es crucial adoptar estrategias innovadoras que vayan más allá de la inteligencia artificial, omnipresente en los rankings de tendencias (pero sin dejarla de lado, ¿ok?).

En este artículo os presentamos algunas tendencias destacadas a tener en cuenta en este año que todavía está empezando:

+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +
+ + +

1. Video Marketing en Formato Corto:

El auge del video marketing persiste, centrándose especialmente en formatos cortos. La brevedad es clave para captar la atención en un mundo saturado de información (si tienes TikTok, sabes a qué nos referimos). Debes aprovechar este medio para comunicar de manera efectiva el valor de tus productos o servicios, construir confianza y generar un mayor engagement con tu audiencia.

2. Automatización y Personalización:

La automatización sigue siendo una herramienta fundamental, permitiendo a las empresas optimizar procesos y acelerar tareas que consumen mucho tiempo. Desde la generación de leads hasta el email marketing y el seguimiento de clientes, la automatización aumenta la eficiencia y mejora el rendimiento general de las campañas. Complementando esta tendencia, la personalización se vuelve esencial. Adaptar el mensaje, la oferta y la experiencia al perfil y las preferencias de cada cliente mediante herramientas avanzadas de segmentación, análisis y recomendación garantiza una conexión más profunda con la audiencia.

3. Branded Content “Emocional”:

El enfoque en mostrar la personalidad, valores y misión de la marca a través del Branded Content es crucial. La creación de una conexión emocional y humana con los clientes es cada vez más valorada, especialmente en un entorno donde la transparencia, honestidad y responsabilidad social son aspectos clave. Puedes destacar mostrando tus valores éticos, enseñando la “cara humana” detrás de la tecnología y generando empatía con tus clientes.

4. Sostenibilidad y Responsabilidad Social:

La sostenibilidad ha dejado de ser una opción para convertirse en una necesidad. Comunicar el compromiso con el medio ambiente y la sociedad no solo contribuye al bienestar global, sino que también ofrece una diferenciación significativa frente a la competencia. En un mundo donde los clientes son cada vez más conscientes y exigentes, las Marcas de Ciberseguridad pueden atraer a un público comprometido al demostrar su responsabilidad social y ambiental.



Si adoptas estas tendencias, posiblemente este 2024 estarás mejor posicionado para destacar en un mercado B2B altamente competitivo y en constante cambio. La combinación de video marketing, automatización, personalización, branded content emocional y enfoque en sostenibilidad no solo fortalecerá la presencia de tu marca, sino que también construirá relaciones sólidas y a largo plazo con tus clientes...que es de lo que se trata ¿no?.

Ya no está de moda
leer el MARCA mientras
tomas un café.

Ahora se lleva leer los
números anteriores de

mONTHLY:



n/O

¡Descarga ya el número
de Enero en nuestra web!

knossos.

  knossosconsulting.com

ESTE MES, EN LA BICI DE RUEDINES:

LAS SOLUCIONES LOCALES



Este mes que hablamos de Ciberseguridad, no podía ser otra cosa que **LAS SOLUCIONES LOCALES**.

En el vertiginoso mundo de la ciberseguridad, la evolución es constante. Sin embargo, algunas prácticas han perdido relevancia en el contexto actual, especialmente la dependencia de soluciones locales en lugar de migrar hacia entornos en la nube.

✓ ¿Por qué migrar a la nube?

Escalabilidad: La nube ofrece la capacidad de escalar recursos según las necesidades empresariales.

Flexibilidad: Acceso remoto y adaptabilidad a cambios rápidos en el entorno digital.

Costos operativos: La nube puede reducir los costos operativos en comparación con soluciones locales.

Seguridad: la nube ofrece un nivel de seguridad y redundancia que es difícil de igualar en entornos locales.

✗ ¿Qué consecuencias puede tener no migrar?

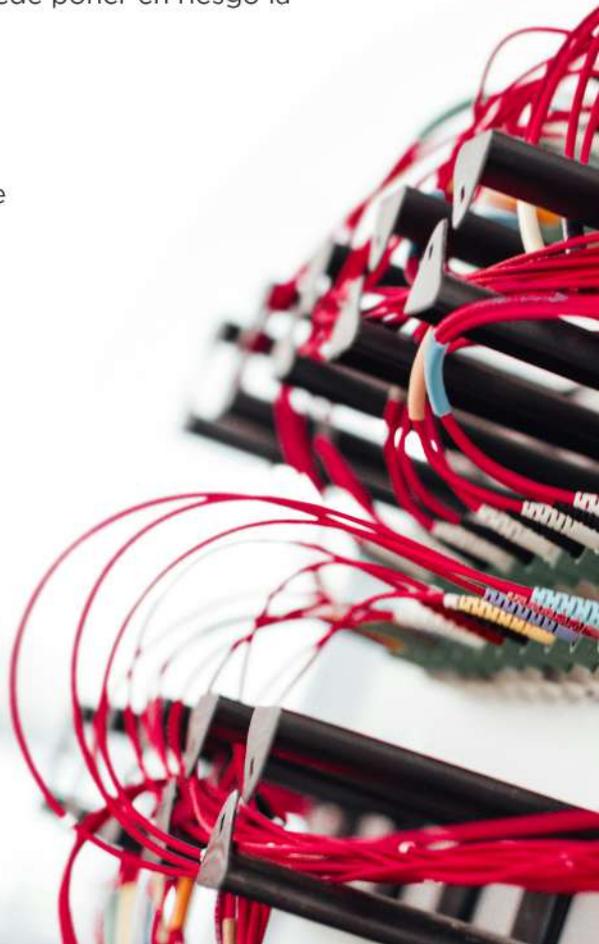
El estancamiento en soluciones locales puede limitar la capacidad de tu empresa para adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio. Además, puede resultar en una mayor complejidad operativa y una menor capacidad de respuesta ante amenazas cibernéticas emergentes. Es decir, no migrar a la nube puede poner en riesgo la competitividad y la seguridad de tu empresa.

¿Cómo migrar con éxito?

Comprender las necesidades y los desafíos específicos de cada cliente es fundamental para una migración exitosa. Colaborar con proveedores de servicios en la nube y ofrecer capacitación y soporte son pasos clave para garantizar una transición fluida y segura hacia la nube. Además, es importante destacar que la migración a la nube no es solo una cuestión tecnológica, sino también cultural y organizativa.

La migración a la nube es un paso crucial en el camino hacia una ciberseguridad más eficiente y adaptable.

Al dejar los "ruedines" de las soluciones locales y abrazar la "nube", tu empresa puede aprovechar al máximo los beneficios de la tecnología moderna y proteger sus activos digitales de manera más efectiva.



3

CONSEJOS. DE NUESTRO DIRECTOR DE MARKETING (QUE SIEMPRE LE HAN FUNCIONADO)

YOU'RE NOT LOST
YOU'RE HERE

1. Enfócate en el aprendizaje continuo:

La industria del Marketing está en constante evolución, por lo que es clave mantenerte al día con las últimas tendencias, herramientas y estrategias. Dedicar tiempo a leer libros, artículos, blogs y asistir a conferencias y eventos de la industria. Experimenta con diferentes plataformas y herramientas para descubrir lo que funciona mejor para ti y tu empresa.

No tengas miedo de hacer preguntas y aprender de aquellos con más experiencia (que para eso están).

2. Construye relaciones sólidas:

El éxito en Marketing depende en gran medida de la capacidad de colaborar y construir relaciones con otros profesionales. Asiste a eventos de networking, participa en comunidades online y conecta con personas en tu área de interés.

Ofrece tu ayuda y colaboración a otros, y busca oportunidades para aprender y crecer juntos.

Construye una red sólida de contactos que te brindarán apoyo y oportunidades a lo largo de tu carrera.

3. Sé creativo y analítico:

El marketing efectivo requiere una combinación de creatividad e inteligencia analítica. Desarrolla tu capacidad para "pensar fuera de la caja" y proponer ideas innovadoras que atraigan a tu público objetivo.

Al mismo tiempo, aprende a analizar datos y usar métricas para medir el éxito de tus campañas y tomar decisiones estratégicas.

EDUCA Y VENDEFRÁS

El Branded Content Formativo es una estrategia de marketing perfecta para construir confianza y fidelidad en la audiencia mediante la creación y difusión de contenido educativo de valor sobre el producto y la solución que aporta.

Y es especialmente efectivo en el Marketing de las empresas de Ciberseguridad, donde las decisiones de compra son racionales y técnicas.

En un mercado saturado de mensajes publicitarios, donde la atención es un bien preciado y fugaz, el **Branded Content Formativo se posiciona como una estrategia innovadora y potente** para conectar con las audiencias de una forma más profunda y significativa.

Este enfoque estratégico va más allá de la simple promoción de productos o servicios, ya que se trata de **crear contenido de valor que eduque, entretenga e inspire a tu público objetivo**, posicionando a la marca como un referente de conocimiento y confianza en el sector de la Ciberseguridad, **especialmente en la divulgación y concienciación ante los riesgos y amenazas a los que todos nuestros datos están expuestos.**

En un mundo cada vez más digitalizado, los empleados son la columna vertebral de cualquier empresa. Son ellos quienes, a través de su trabajo diario, dan vida a la organización y la impulsan hacia el éxito.

Su interacción con la tecnología es constante: desde revisar y responder correos electrónicos, procesar facturas y gestionar pedidos online, hasta utilizar aplicaciones en la nube, dispositivos móviles y plataformas digitales para marketing y difusión.

Sin embargo, ¿son conscientes de los riesgos a los que se exponen en este entorno digital?

Las amenazas a la ciberseguridad son cada vez más frecuentes y sofisticadas. Un solo error humano puede tener graves consecuencias para la empresa, como la pérdida de datos confidenciales, la interrupción del servicio o incluso el daño a la reputación.

Es aquí donde el Branded Content Formativo juega un papel crucial. A través de este tipo de contenido, las empresas pueden:

- + **Concienciar a sus empleados sobre los riesgos** a los que están expuestos en el ámbito digital.
- + **Formarlos en las mejores prácticas de ciberseguridad** para protegerse a sí mismos y a la empresa.
- + **Crear una cultura de seguridad dentro de la organización**, donde la responsabilidad recaiga en todos y cada uno de los miembros.

Invertir en Branded Content Formativo es invertir en el futuro de la empresa. Un equipo capacitado en ciberseguridad es un equipo más eficiente, productivo y resiliente ante las amenazas del mundo digital.

¿Por qué el Branded Content Formativo es tan efectivo?

- 1. Capta la atención y genera engagement:** El contenido formativo, por su naturaleza útil e interesante, atrae a la audiencia de forma natural, generando un vínculo emocional con la marca que va más allá de la mera publicidad.
- 2. Construye una imagen de marca “experta”:** Al ofrecer contenido de calidad que aporta valor, tu marca se posiciona como un referente de conocimiento y autoridad en su sector, generando confianza y credibilidad entre sus consumidores.
- 3. Fomenta la fidelización y el advocacy (es decir, crear una comunidad potencial de embajadores de marca):** Los usuarios que se benefician del contenido formativo de una marca son más propensos a convertirse en clientes leales y a recomendar la marca a su círculo social.
- 4. Amplía el alcance de la marca:** El contenido formativo tiene un gran potencial viral, ya que los usuarios son más propensos a compartirlo con sus amigos y contactos si lo encuentran útil e interesante.

¿Cómo crear Branded Content Formativo efectivo?

- 1. Define tu público objetivo,** para poder crear contenido que se ajuste a sus necesidades e intereses.
- 2. Elige el formato adecuado,** el que mejor se adapte a tu contenido y a tu público objetivo.
- 3. Apuesta por la calidad.** Un contenido de baja calidad puede ser contraproducente para la marca.
- 4. Mide y analiza,** para optimizar la estrategia y mejorar los resultados.

Si todavía no lo usas, te lo recomendamos.
Pero, **¿sabes qué formatos son los más adecuados?**



EBOOKS



WEBINARS



**CURSOS
ONLINE**



BLOG



TUTORIALES

DAYKETING: CUANDO CADA FECHA ES UNA OPORTUNIDAD PARA CELEBRAR ...Y POTENCIAR TU MARCA

¿Sabías que hay un día para casi todo? Desde el Día Internacional del Perro hasta el Día Mundial del Chocolate, el calendario está plagado de efemérides que los marketinianos más astutos aprovechan (aprovechamos) para crear campañas memorables.

Sin ir más lejos, este mes, por ejemplo tenemos el Día de San Valentín o el Día del EBM. Sí, el EBM (Electronic Body Music) ¿Cuándo y por qué? El 24 de febrero...y es debido a los belgas Front 242, los que inventaron el término (EBM) allá por 1984. ¿Pillás por qué? Muy Sencillo: Front 242...24 del 2.

¿Qué es el Dayketing?

Es una **estrategia que convierte cualquier fecha señalada en una oportunidad para conectar con tu público**. Se trata de crear contenido relevante que aproveche el gancho de un día especial para atraer la atención, generar engagement e impulsar las ventas.



¿Por qué usar el Dayketing?

Te diferencia de la competencia: Demuestra tu creatividad y originalidad al sacar partido de una fecha inesperada.

Conecta con tu público: Crea un vínculo emocional al compartir contenido que les resulte significativo.

Aumenta las ventas: Las ofertas especiales y los descuentos asociados a un día especial son irresistibles para muchos.

¿Quieres empezar a usar el Dayketing?

Investiga las efemérides: Descubre qué días especiales pueden ser relevantes para tu marca.

Crea contenido original: Desarrolla piezas que sean atractivas, divertidas y relevantes para tu público.

Utiliza las redes sociales: Difunde tu contenido en las plataformas donde se encuentra tu público objetivo.

Mide los resultados: Analiza el impacto de tus campañas para optimizarlas en el futuro.

Pero ojo: El Dayketing es una herramienta poderosa para hacer crecer tu marca, pero no es una fórmula mágica. **El éxito depende de la creatividad, la originalidad y la conexión que logres generar con tu público.**

Te esperamos con más **mONTHLY**: el próximo mes
y con más contenido aquí

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

KNOSSOS.

