

El ecosistema COVID y el impacto en la sociedad

ESIC Business School

José María Visconti Caparrós



José María Visconti Caparrós

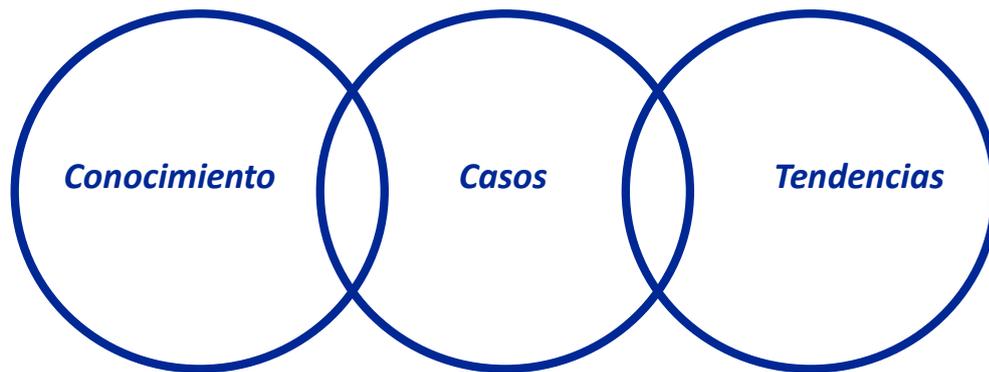
www.linkedin.com/in/josé-maría-visconti-caparrós

Actualmente Director de Máster en **ESIC** en las áreas de Marketing Digital y Negocios Digitales, y también miembro del Comité de Expertos y Embajadores en la consultora de innovación digital **Opinno** Consulting Group.

Amplia experiencia previa en puestos de estrategia, marketing y transformación digital aplicados en empresas multinacionales como **Deloitte**, **3M**, **Maxam**. Ha ocupado diversos puestos con responsabilidades de ámbito locales, regionales y globales. Anteriormente Director Global de Marketing en Maxam para la unidad de negocio Outdoors y miembro del Comité de Dirección Europeo de **AFEMS**.

La formación académica es licenciatura en **Economía** por la Universidad Autónoma de Madrid, postgrado en Gestión Comercial por ESADE, licenciatura en **Derecho** por la Universidad Complutense de Madrid y posgrado en Derecho del Trabajo por la Escuela de Práctica Jurídica de Madrid.

Tiene varias acreditaciones digitales y también tiene experiencia como **Lean 6 Sigma Black Belt**. Profesor en diversos programas de Economía Digital, ponente, formador en empresas.

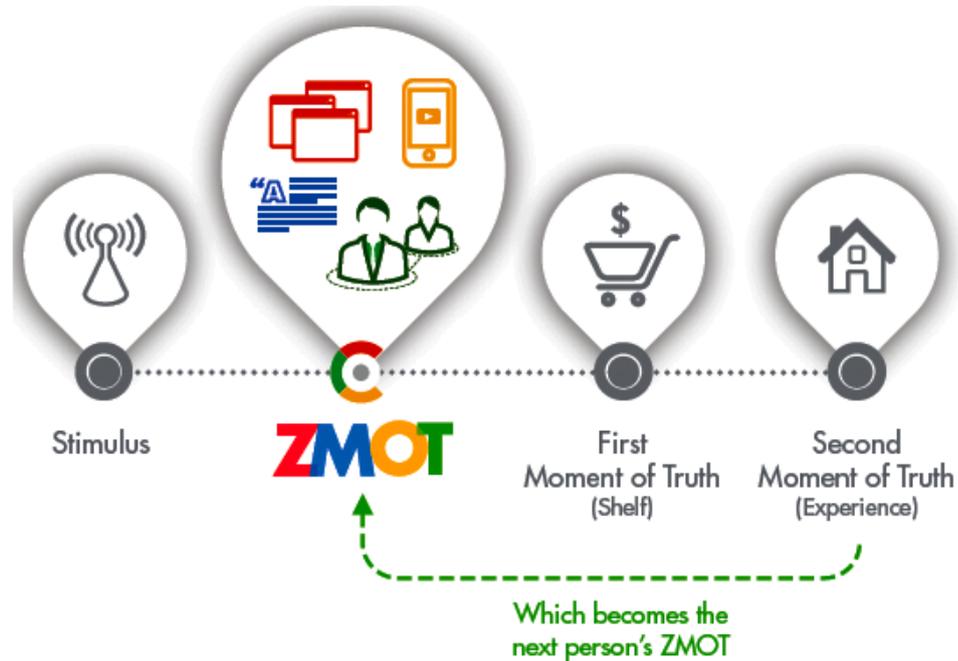


Agenda

El ecosistema COVID y el impacto en la sociedad

1. Cliente digital: prosumer, crossuser, cooconer: Movimiento crowd
2. Ecosistema digital: Cisne Negro
3. Modelo de Negocio: Plataformización
4. Claves de la Transformación Digital
5. Propuesta de Valor Digital: Product Market Fit
6. Modelo 3R de comunicación en base a la reputación: reach, relevance and resonance

1. El cliente digital



ZMOT es más crítico en el proceso de toma de decisiones

A close-up photograph of a bartender pouring beer from a tap into a glass. The bartender is wearing a dark red long-sleeved shirt and a black apron. The glass is clear and has a logo on it that includes the text "LA CANTINA" and "PROCESO". The beer is golden with a thick head of foam. The background is blurred, showing a bar setting with a television screen.

#FUERZABAR



← 22-51
WALL ST
bets



SMARTER CROWDSOURCING
CORONAVIRUS

Imagínate si los epidemiólogos, los especialistas en computación, los planificadores urbanos, los encargados de la formulación de políticas públicas y las personas con conocimientos diversos pudieran comunicarse entre sí para diseñar soluciones viables para combatir el coronavirus.

DESCARGA EL CATÁLOGO DE PROBLEMAS

SALES AND CONVERSION OPTIMIZATION



Jioukou Group Buying by [YOSGO](#)

Using group buying let customers bring more new customers

★ 4.9 ([11 reviews](#))

Add app

Free plan available. 14-day free trial.



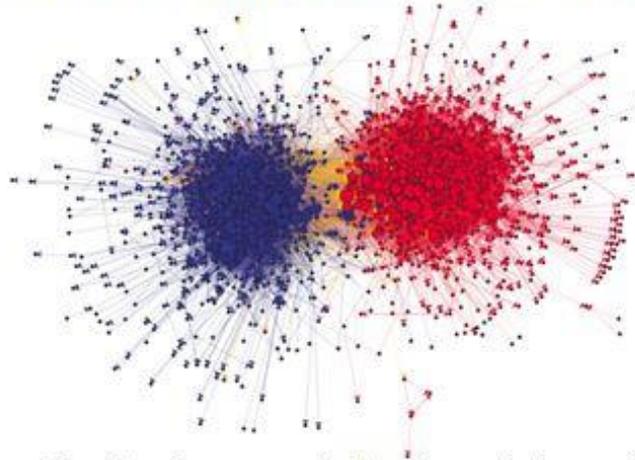
...bizum

bizum

bizum

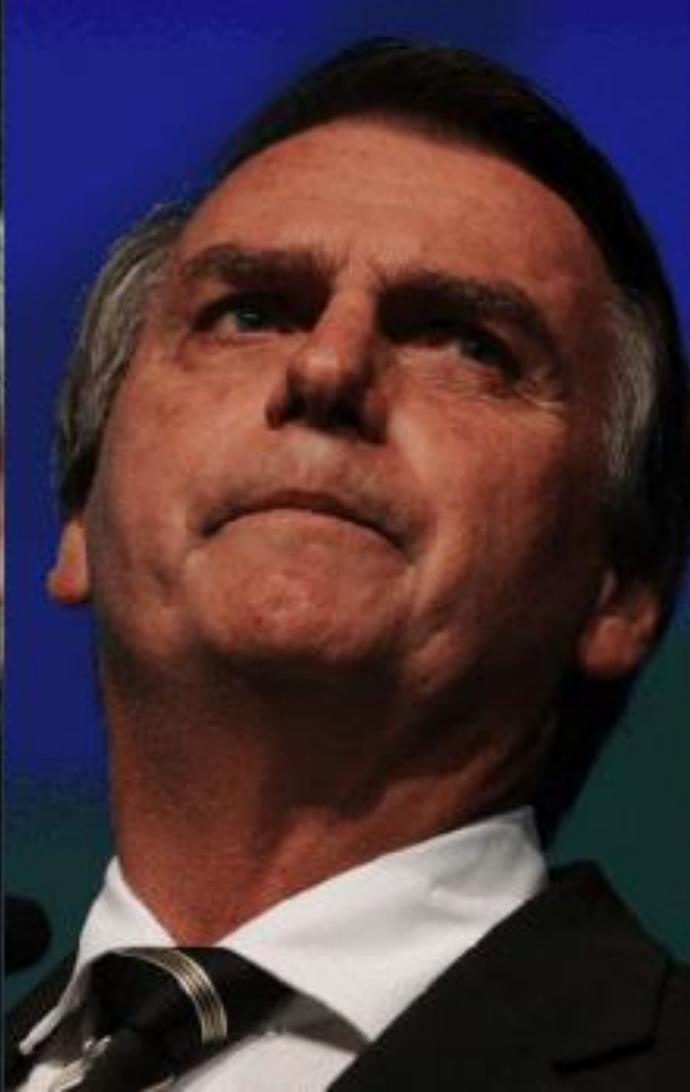
1. El cliente digital

You might think increased discussion would bring us politically closer but this map of political blogs in America shows otherwise



Online social networks appear to be strongly homophilous and polarized.

Hay una comunicación mucho más radicalizada



NO VACUNA
 **NO** 
NO MASCARILLA





1. El cliente digital



El confinamiento ha desarrollado nuevos hábitos indoors

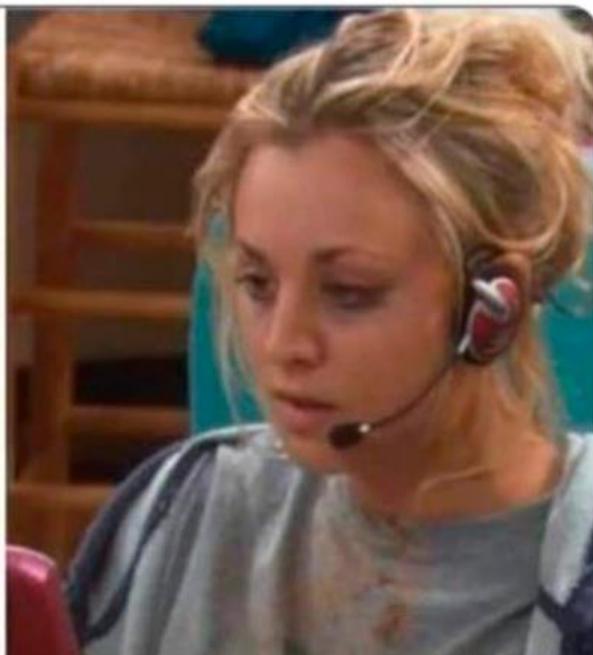


Lalito Tavares 🎁

@CinefiloTavares



Día 1 de Home Office / Día 140 de Home Office 😄



Aceptamos una nueva realidadsomos más cocooner

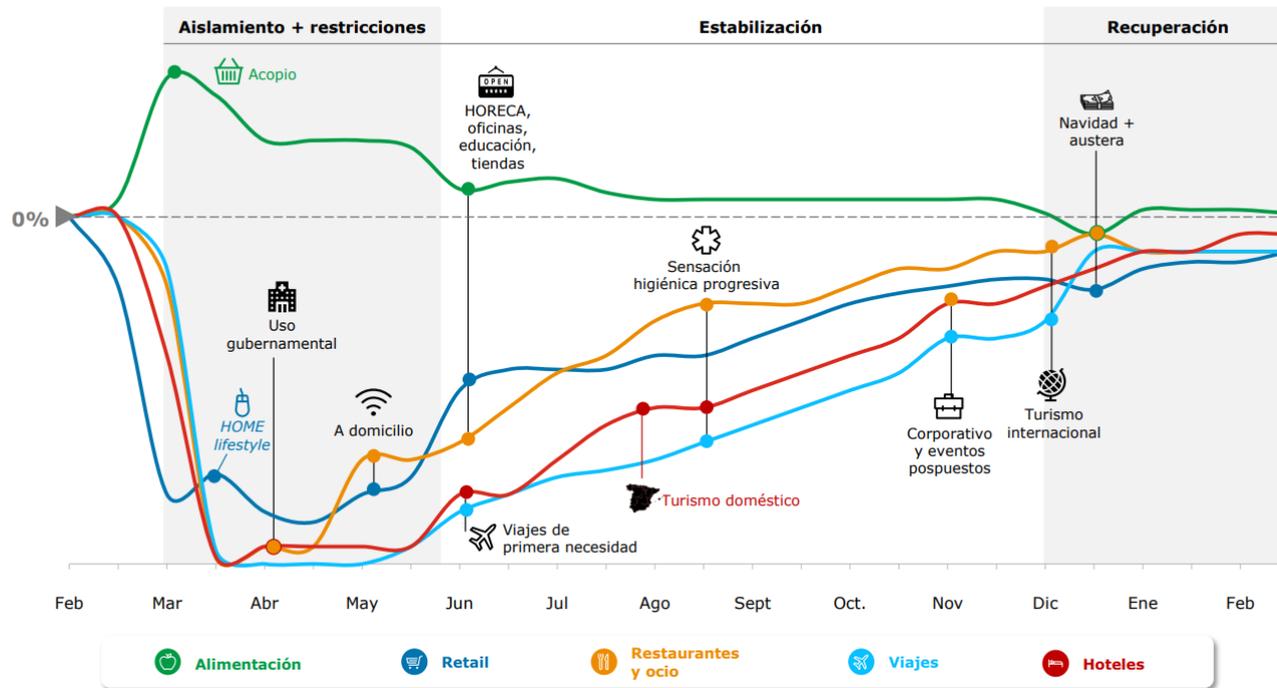


Incluso la mayoría de start ups fracasan, y nada tiene que ver con la tecnología



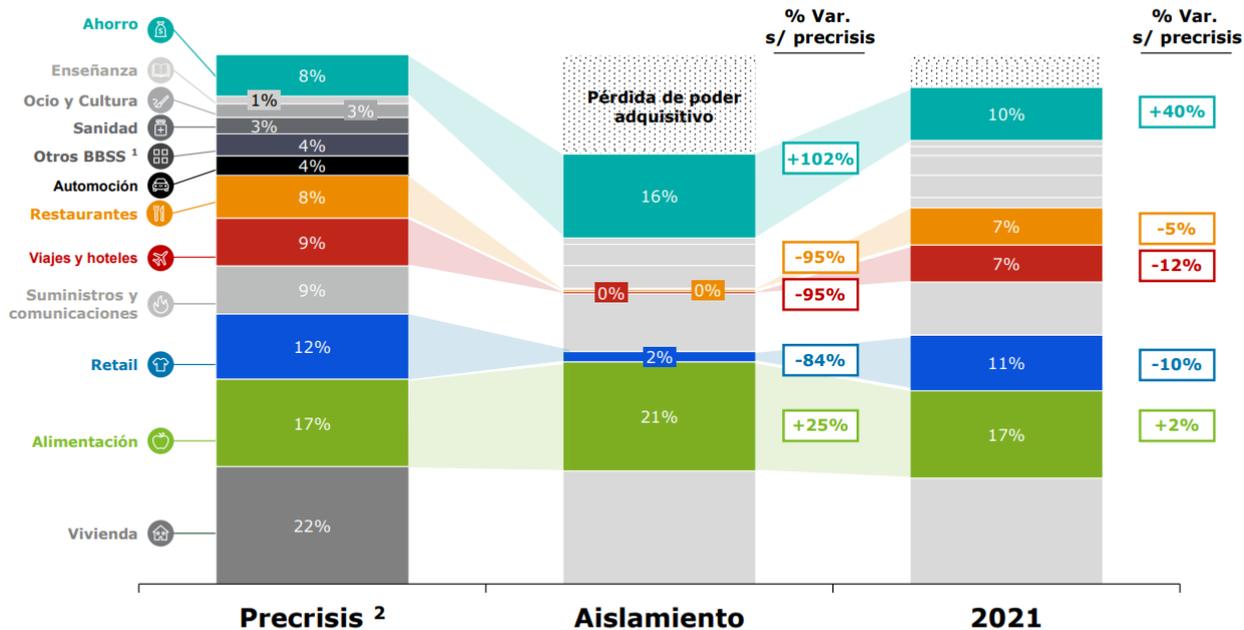
1. El cliente digital

Análisis sectorial (%Var. sobre Año Anterior)



1. El cliente digital

Estimación de la distribución de la renta disponible per cápita (%)

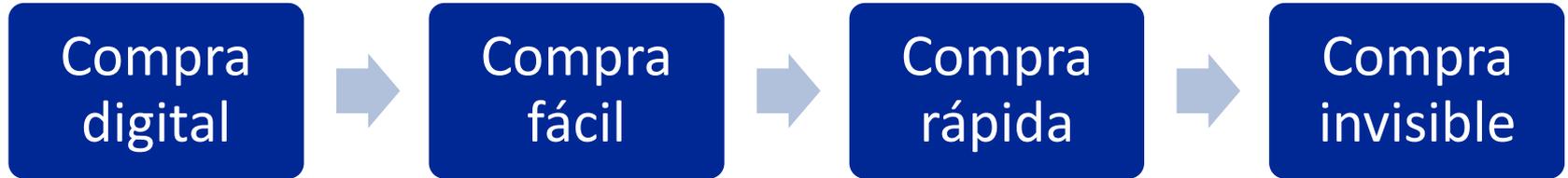


(1) Otros bienes y servicios: incluye protección social, seguros, servicios financieros y otros servicios (tasas administrativas, servicios jurídicos y contables, y servicios funerarios, entre otros)
(2) Fuente: INE, 2018

1. El cliente digital

Concepto	<p>Consolidación del canal online (y marketplaces)</p> 	<p>Nuevas exigencias de compra</p> 	<p>Modelos de compra / producción de menor riesgo</p> 	<p>Aceleración del cambio en el marketing mix</p> 
Plan de acción / anticipación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Refuerzo del canal online, y sus niveles de servicio (redefinición de logística, incremento almacenes urbanos, operativa en tienda) ▪ Direct to consumer (para marcas), nuevos canales (RRSS, plataformas de contenido, elearning) ▪ Innovación en los servicios de recogida y entrega sin contacto ▪ Reducción del número de tiendas físicas (concepto flagship + ecom) y maximización del valor (nuevos usos) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seamless experience: digitalización de la tienda con mostradores robotizados, shop&go, medios de pago, etc. que limiten el contacto humano ▪ Nuevos servicios a domicilio (cocina? Recetas? Belleza) ▪ Cierta retroceso en temas sostenibles (mercancía a granel, por ejemplo) ▪ Revisión de política de precios, tendencia hacia la paridad de precios vs competidores directos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cadenas de producción más cortas (caso de la moda) y tal vez menos globalizadas (En función del escenario) ▪ Aumento de los modelos de compra con menos riesgo de mercadería (y menos margen) e Incorporación de nuevas condiciones ▪ Análítica avanzada para modelizar demanda con mayor precisión 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redefinición de canales de comunicación (más RRSS, online, influencers, community groups, plataformas de contenidos, etc) ▪ Reducción de catálogos, folletos ▪ SEO /SEM en plataformas online (Marketplace) ▪ Creación de comunidades de usuarios alrededor de marcas

1. El cliente digital



Agenda

El ecosistema COVID y el impacto en la sociedad

1. Cliente digital: prosumer, crossuser, cooconer: Movimiento crowd
2. Ecosistema digital: Cisne Negro
3. Modelo de Negocio: Plataformización
4. Claves de la Transformación Digital
5. Propuesta de Valor Digital: Product Market Fit
6. Modelo 3R de comunicación en base a la reputación: reach, relevance and resonance

Un *outlier* que nada del pasado hacía pensar que pudiera ocurrir y que satisface estas tres propiedades:

- Raro
- Gran impacto
- Predictible a posteriori

Nassim Nicholas Taleb
The impact of the highly improbable



2. Ecosistema Digital: Cisne Negro

Lista de necesidades vitales



Life Area	Descripción
Salud	Estar física y mentalmente en forma. Tener acceso a servicios sanitarios y de cuidado personal.
Trabajo	Ganar dinero o/y generar valor para otros (voluntarios).
Consumo	Satisfacer las necesidades cotidianas como comer, beber, ropa,...
Socializar	Amor, sexo, pertenencia a la familia, amigos y grupos
Vivienda	Vivir en un entorno seguro, cómodo, estable..
Educación	Adquirir los conocimientos y habilidades, búsqueda de la verdad, y comprensión del mundo
Movilidad	Poder desplazarse entre dos puntos ya sea por tierra, mar o aire
Espiritualidad	Búsqueda del significado, creencias, trascendencia, fe.
Ocio y Descanso	Recuperar energía mediante el sueño y actividades recreativas
Entretenimiento	Tiempo de calidad y entretenimiento en las vacaciones

2. Ecosistema Digital: Cisne Negro

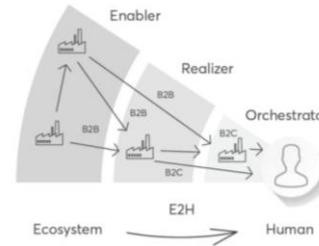
Opciones de roles en el Ecosistema



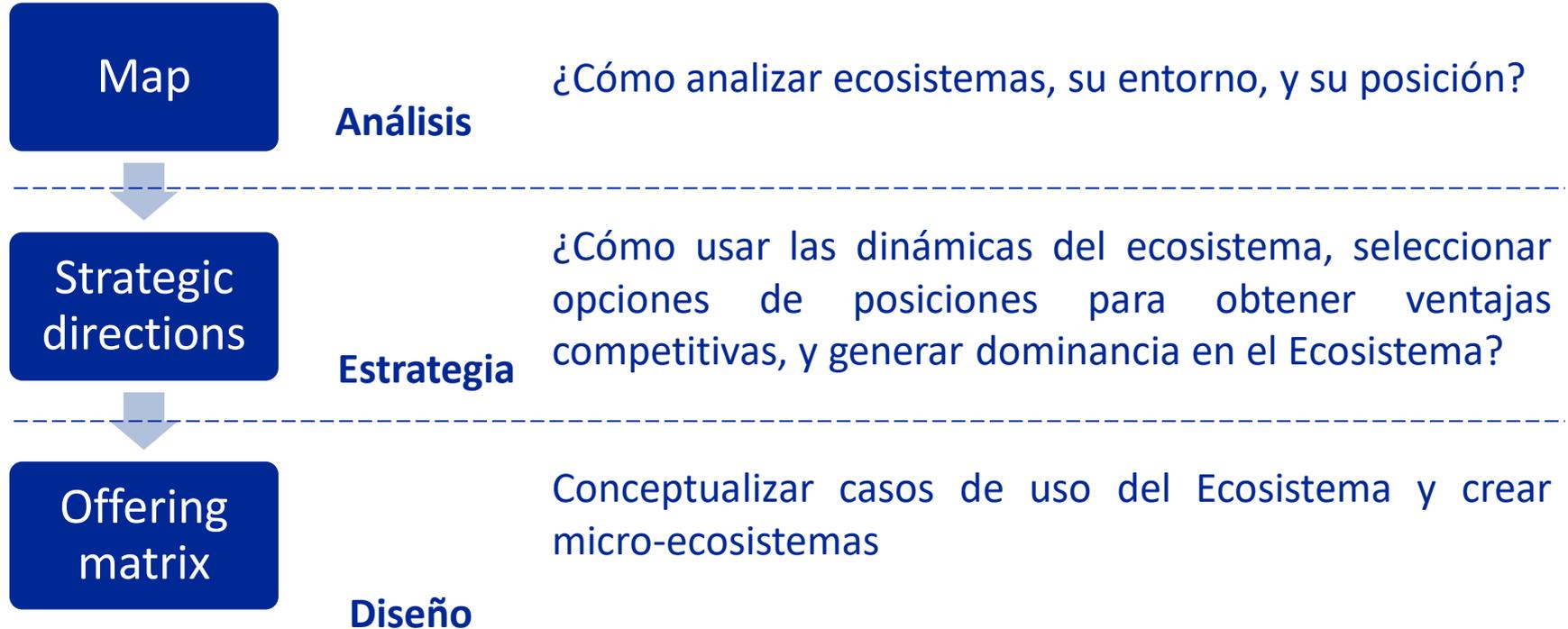
Orquestators → Tienen contacto directo con el cliente o usuario final y asumen la gestión de la relación con el cliente. Persiguen el objetivo de identificar las necesidades y requerimientos para conectarlos con las compañías que proporcionan los productos y servicios adecuados.

Realizers → Proveedores de productos y servicios para el cliente final

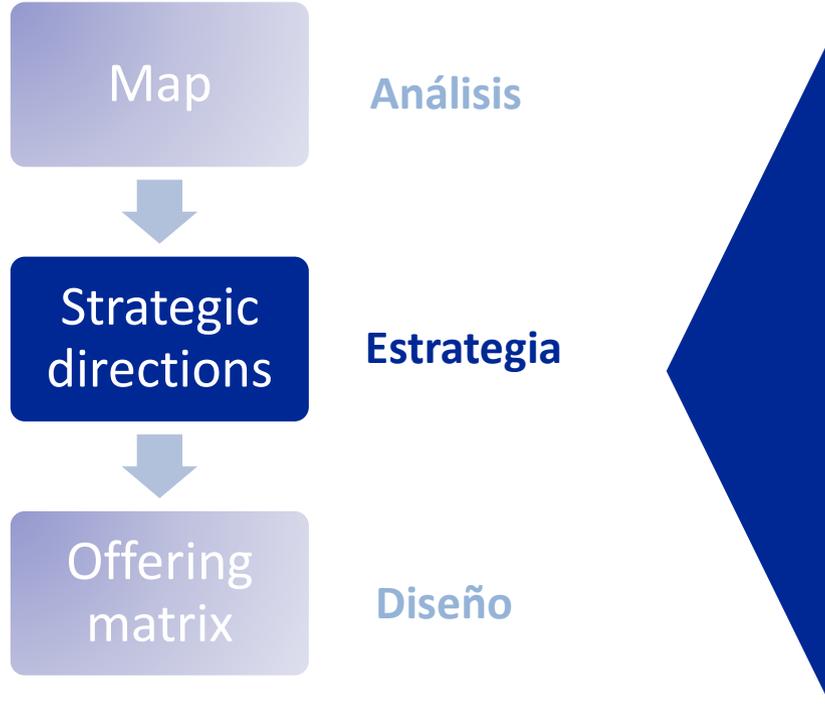
Enablers → Actúan como facilitadores de los realizers, orquestators y otros realizers con o sin contacto directo con los clientes finales. En el Ecosistema, la mayoría de las compañías son enablers.



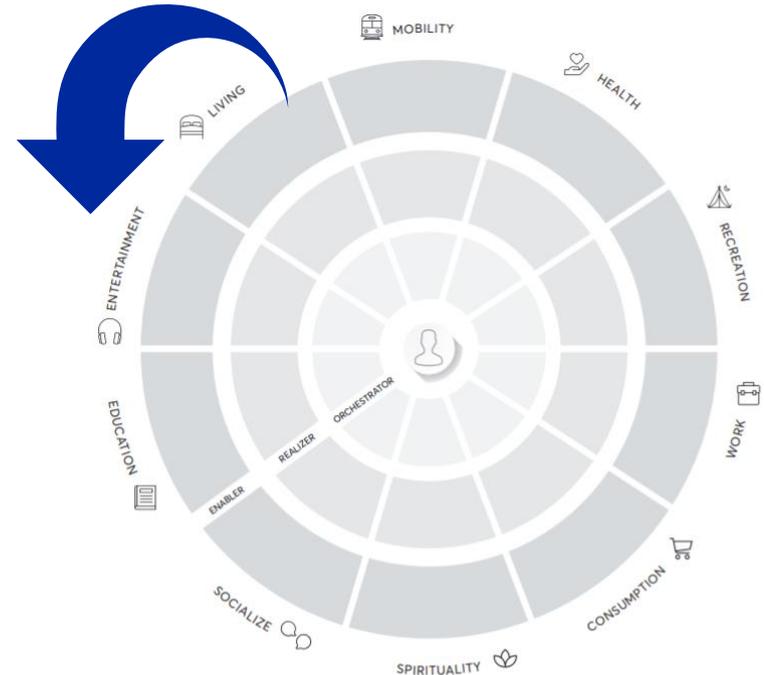
2. Ecosistema Digital: Cisne Negro



2. Ecosistema Digital: Cisne Negro



Life area expansion:
La compañía expande su foco a otra Life Area



Movistar Money, tu préstamo online

Hasta **4.000€** en **24 o 48 horas**.

Ahora podrás cubrir los gastos de la vuelta a la rutina con el servicio de préstamos exclusivo para clientes de Movistar.

- Sin comisión de apertura
- Sin trámites ni papeleos innecesarios

¿Cuánto necesitas?

Elige el importe y la cuota a pagar

4000 €



24 cuotas

€194,61
al mes

Total adeudado:
4.670,64€

36 cuotas

€139,35
al mes

Total adeudado:
5.016,60€

42 cuotas

€123,69
al mes

Total adeudado:
5.194,98€

¡Hola! Soy Aura, ¿en qué puedo ayudarte?





1 Mes gratis de Nubico por ser Movistar

Lee en suscripción más de 55.000 libros y 80 revistas.
Donde quieras, cuando quieras.

Activa tu promoción ahora

Solo 7,25 € al mes una vez finalizado el período de prueba gratis.

Puedes cancelar cuando quieras, enviando un SMS con la palabra BAJA seguida de espacio NUBICO al 220595.

También puedes cancelar [aquí](#).



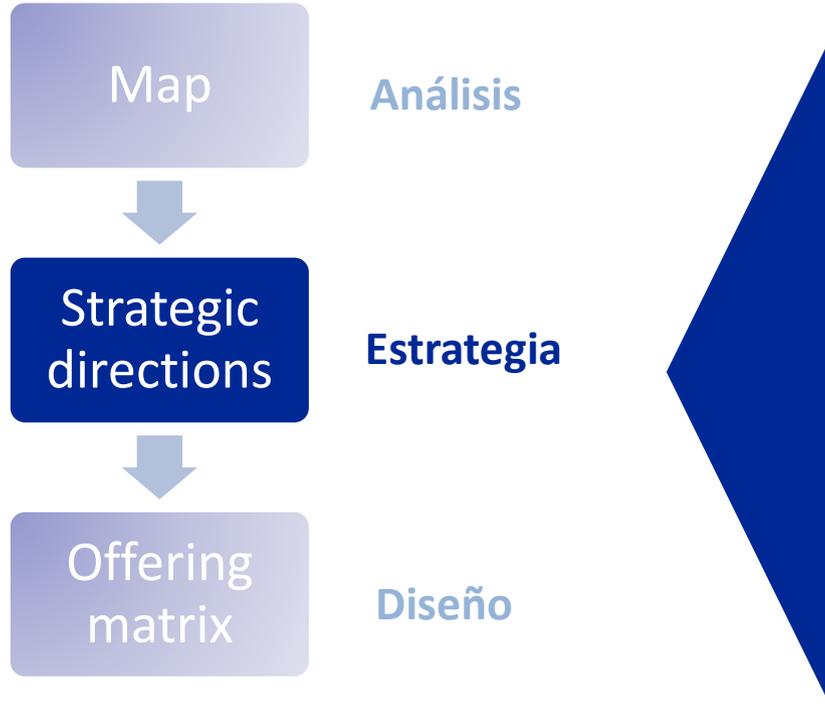
¿Necesitas ayuda con Nubico? Escríbenos a ayuda@nubico.es



 **movistar**

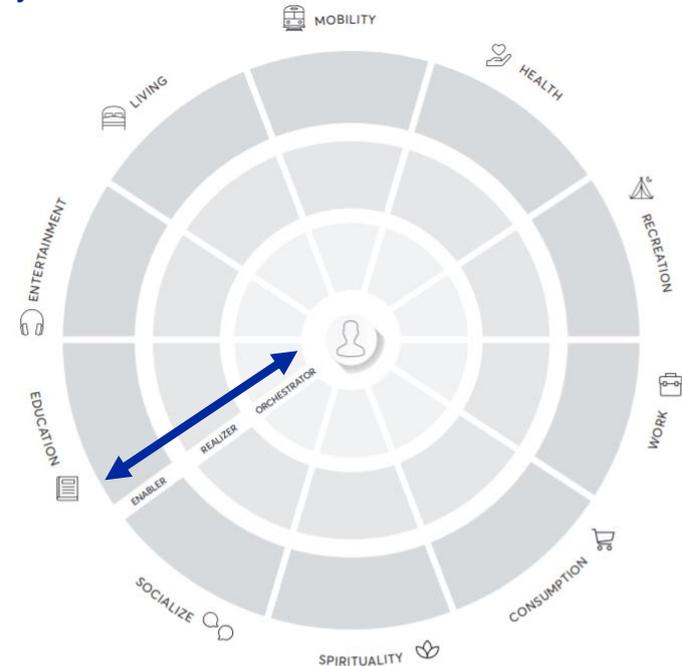


2. Ecosistema Digital: Cisne Negro



Life area integration:

La compañía se centra en una Life Area y en ella se expande en distintos roles hacia arriba o hacia abajo

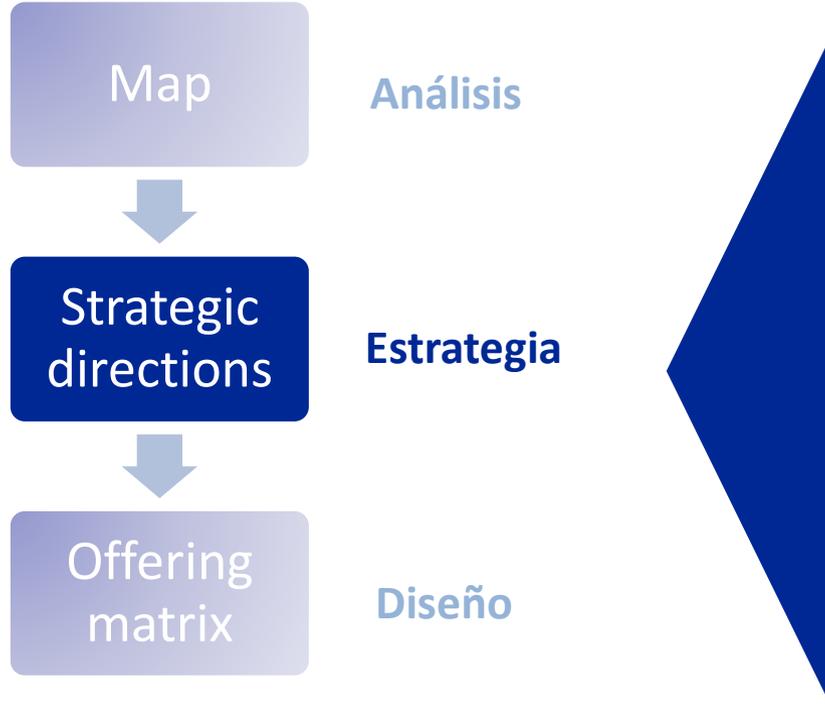




T E S L A

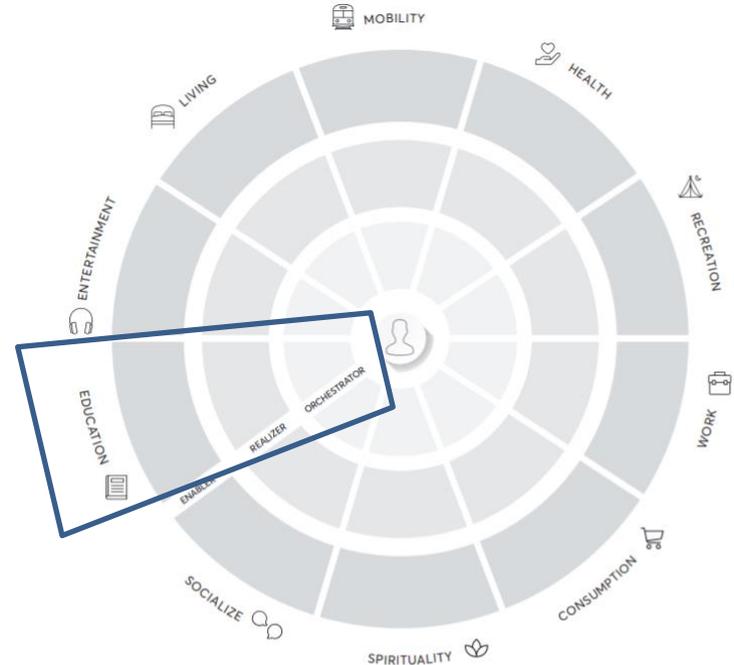


2. Ecosistema Digital: Cisne Negro



Life area focus:

La compañía trata de ser líder en un Life Area específica, especializándose en ella

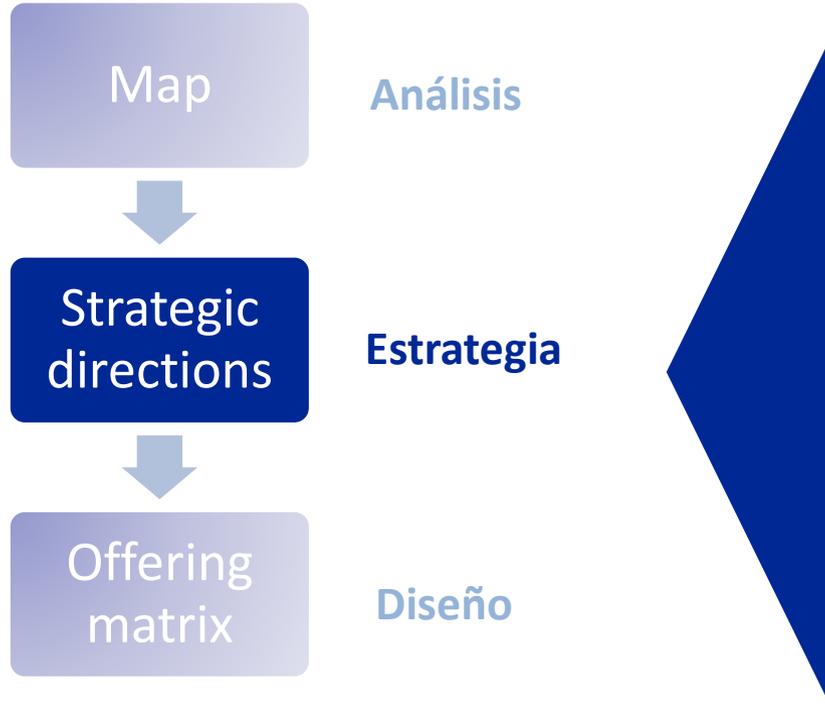




Linked in®



2. Ecosistema Digital: Cisne Negro



Role dominance:

La compañía se concentra en ocupar uno de los tres roles y desde él expandirse cubriendo otras Life Areas con ese role.





amazon
fulfillment



amazon Prime



amazon

2. Ecosistema Digital: Cisne Negro

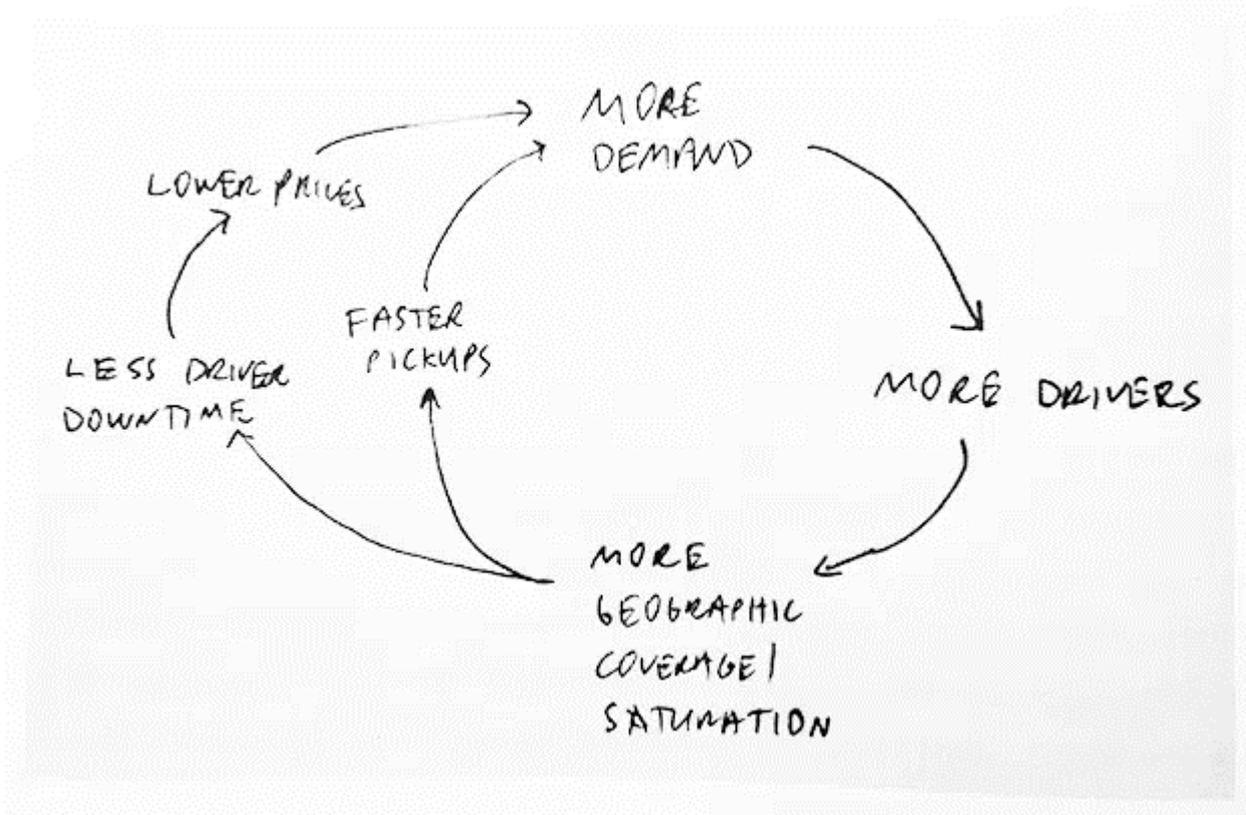


Agenda

El ecosistema COVID y el impacto en la sociedad

1. Cliente digital: prosumer, crossuser, cooconer: Movimiento crowd
2. Ecosistema digital: Cisne Negro
3. Modelo de Negocio: Plataformización
4. Claves de la Transformación Digital
5. Propuesta de Valor Digital: Product Market Fit
6. Modelo 3R de comunicación en base a la reputación: reach, relevance and resonance

3. Modelo de Negocio: Plataformización



Tolino—Alliance of German book retailers with 1,800 stores combined and Deutsche Telekom



Large store network Established brands Existing customer relationships Profound market understanding

Tolino alliance: complete e-reader offering



e-Reader



e-Book Store



App

Established technology partner

Experience with hardware and software development



tolino 
VISION 4 HD

with  smartLight

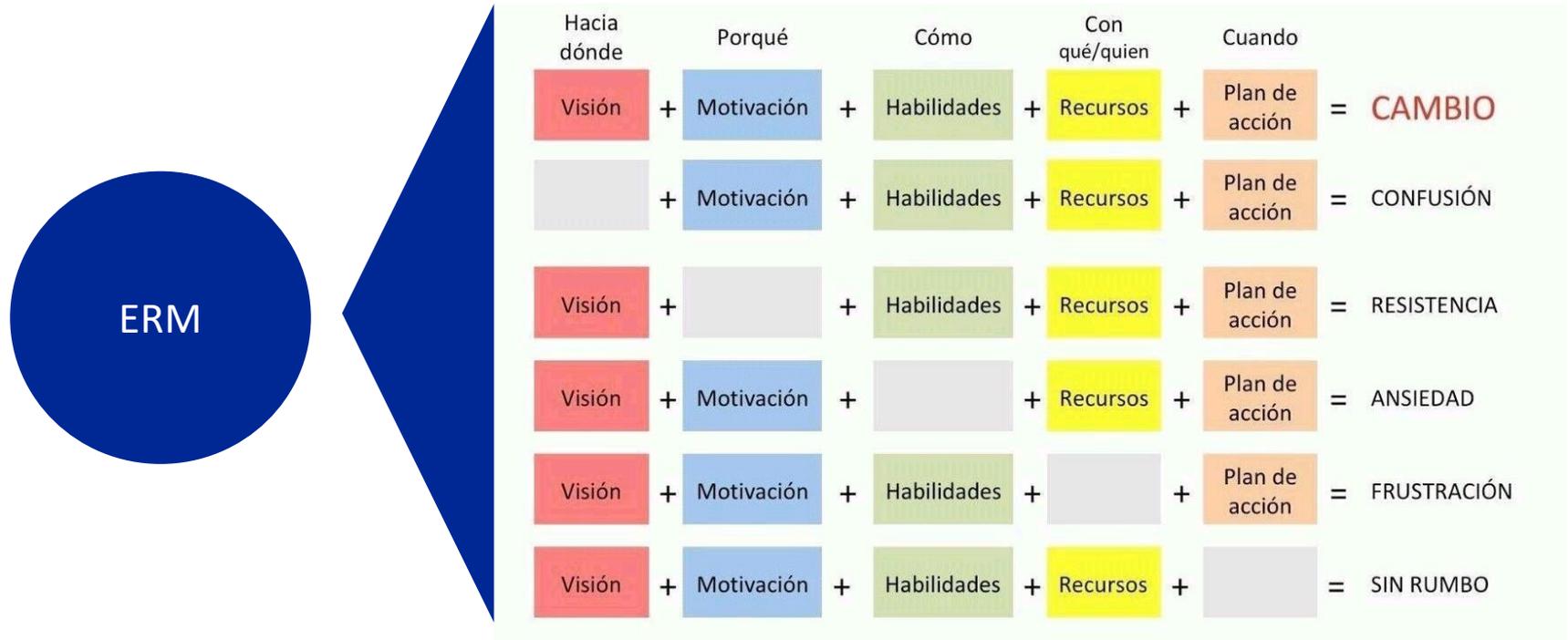


Agenda

El ecosistema COVID y el impacto en la sociedad

1. Cliente digital: prosumer, crossuser, coconer: Movimiento crowd
2. Ecosistema digital: Cisne Negro
3. Modelo de Negocio: Plataformización
4. Claves de la Transformación Digital
5. Propuesta de Valor Digital: Product Market Fit
6. Modelo 3R de comunicación en base a la reputación: reach, relevance and resonance

4. Claves de la transformación digital

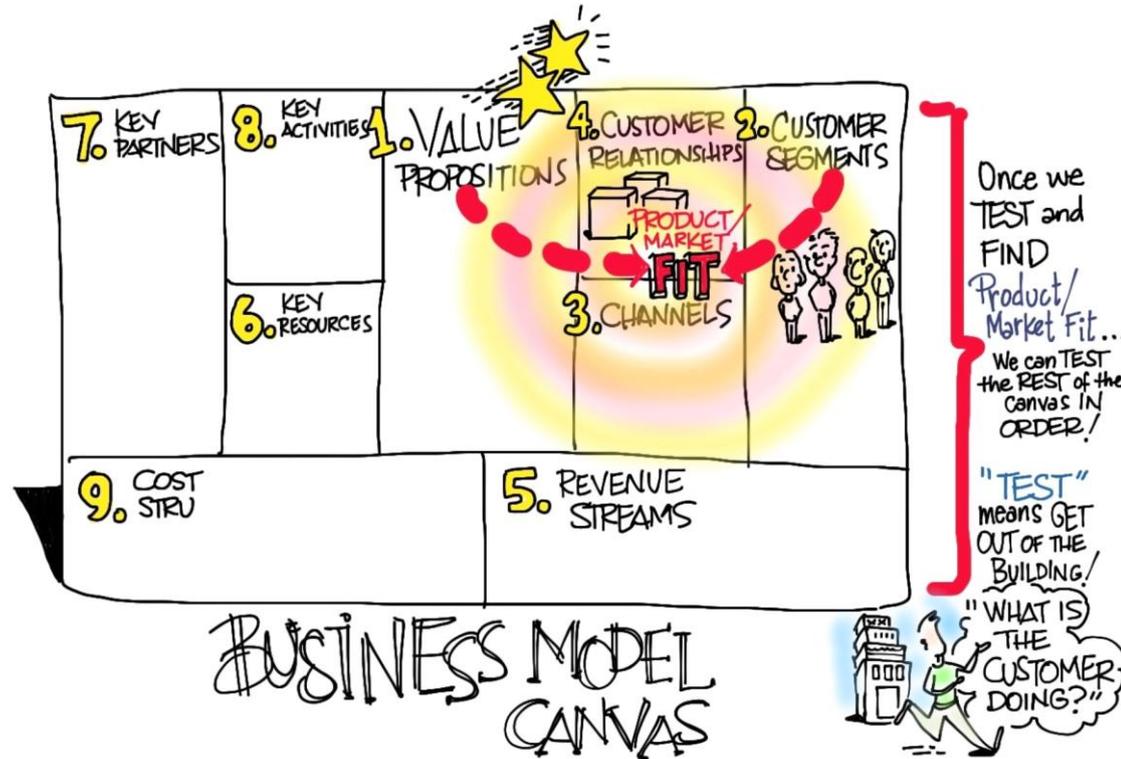


Agenda

El ecosistema COVID y el impacto en la sociedad

1. Cliente digital: prosumer, crossuser, cooconer: Movimiento crowd
2. Ecosistema digital: Cisne Negro
3. Modelo de Negocio: Plataformización
4. Claves de la Transformación Digital
5. Propuesta de Valor Digital: Product Market Fit
6. Modelo 3R de comunicación en base a la reputación: reach, relevance and resonance

5. Propuesta de Valor Digital: Product Market Fit



Agenda

El ecosistema COVID y el impacto en la sociedad

1. Cliente digital: prosumer, crossuser, cooconer: Movimiento crowd
2. Ecosistema digital: Cisne Negro
3. Modelo de Negocio: Plataformización
4. Claves de la Transformación Digital
5. Propuesta de Valor Digital: Product Market Fit
6. Modelo 3R de comunicación en base a la reputación: reach, relevance and resonance

6. Modelo 3R



BUSINESS & MARKETING SCHOOL 

 **HESIC**

Gracias