



## EL Rol del Marketing en el Sector B2B

Dra. Leslier Valenzuela Fernández

lvalenzuela@unegocios.cl

negocios.uchile.cl



## ¿Qué es Marketing Industrial?

*Marketing orientado al sector Business-to-Business (B2B)*



negocios.uchile.cl

## ¿Qué es Marketing Industrial?

Se refiere a la **creación y administración de relaciones de beneficio mutuo entre organizaciones proveedoras y organizaciones clientes.**

Su foco está en el **flujo de bienes y servicios que producen o forman parte de otros bienes y servicios, o que facilitan la operación de una organización.** Estas organizaciones pueden ser privadas, públicas o sin fines de lucro. (Morris, Pitt & Honeycutt. 2001)



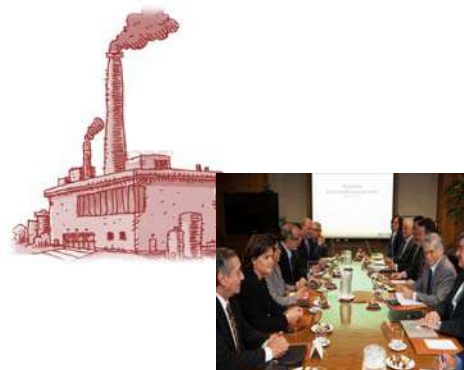
negocios.uchile.cl

## ¿Qué es Marketing Industrial?



Mercado Consumo /  
Business-to-Consumer

**¿A quién y cómo vendo mi producto/ servicio?**




Mercado Industrial /  
Business-to-Business

negocios.uchile.cl


**¿Qué es Marketing Industrial?**

**B2B** V/S **B2C**

	Venden productos o servicios a clientes organizacionales (instituciones, empresas..) para <b>uso industrial o empresarial.</b>	Venden productos o servicios a clientes que pueden ser organizaciones o particulares para <b>uso personal o familiar.</b>	
	<b>Pocos clientes</b> (instituciones, empresas..) de <b>mayor involucramiento</b> (volumen, montos, retención, etc.).	<b>Muchos clientes</b> (individuos) en general de <b>menor involucramiento</b> (volumen, montos, retención, lealtad, etc.).	
	Le dan mayor valor a las <b>características, especificaciones y aplicaciones de uso</b> de los productos y/o servicios.	Le dan mayor valor a la <b>marca, concepciones sociales y emocionales</b> de los productos y/o servicios.	

negocios.uchile.cl

**¿Por qué es importante el Marketing Industrial?**



negocios.uchile.cl

## Importancia del Marketing Industrial

### El sector B2B en Chile

Ha sido establecido por parte del gobierno como un **pilar de la actividad económica** de nuestro país desde el año 2014. (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2014, 2015, 2016).

Junto al sector de servicios, aportó más del **96%** del PIB de Chile al año 2015.



Representó el **30.2%** del total de las ventas nacionales al 2014.

Es el **2° sector** más amplio de nuestra matriz productiva.

Fuente: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2014; Santander, 2016  
negocios.uchile.cl

## ¿Cuál es el rol que cumple el Marketing Industrial?



negocios.uchile.cl

## Rol del Marketing Industrial

Para el sector B2B, resultan relevantes tanto las **acciones de Marketing Industrial** como las de **Gestión Comercial**, puesto que sus productos y servicios son más **complejos** y de mayor **involucramiento**. (Hadjikhani & LaPlaca, 2013).

Por consiguiente, establecer **relaciones rentables de largo plazo** con los clientes se torna un **pilar fundamental para el éxito** de los negocios



## Rol del Marketing Industrial



## Rol del Marketing Industrial

Existe una **relación estratégica consultiva de alto impacto económico** que genera una dependencia mutua entre los diversos actores de la cadena de valor que, a través de un trabajo colaborativo, permiten la **creación de valor conjunto**. (Mattson, 1975; Gómez, 1995)



negocios.uchile.cl

## ¿Cuál es el rol de FEN en este ámbito?



## Observatorio de Marketing Industrial (OMI)

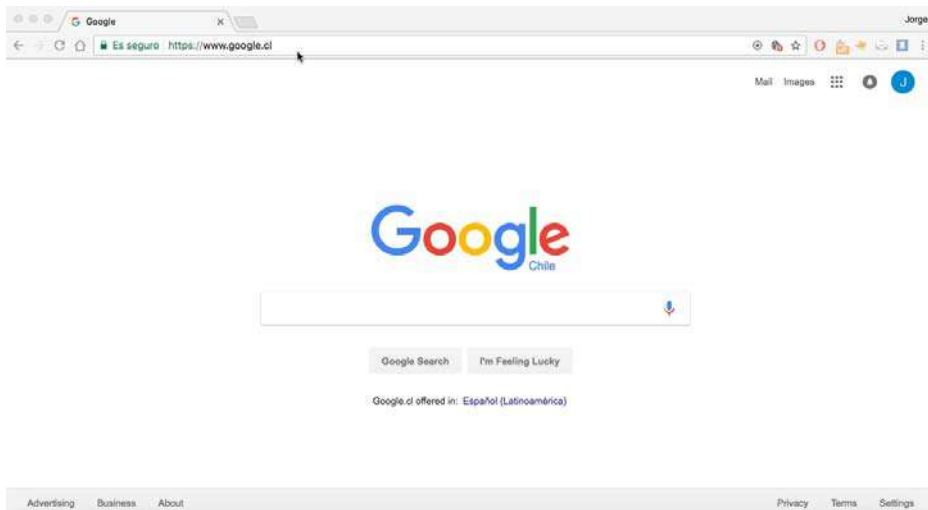
El **Observatorio de Marketing Industrial (OMI)**, unidad perteneciente al Centro de Marketing Industrial del Departamento de Administración de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.

Su misión es **promover, generar y difundir nuevo conocimiento** relevante en el campo del **Marketing Industrial**, que contribuya al **desarrollo y competitividad**



negocios.uchile.cl

## Observatorio de Marketing Industrial (OMI)



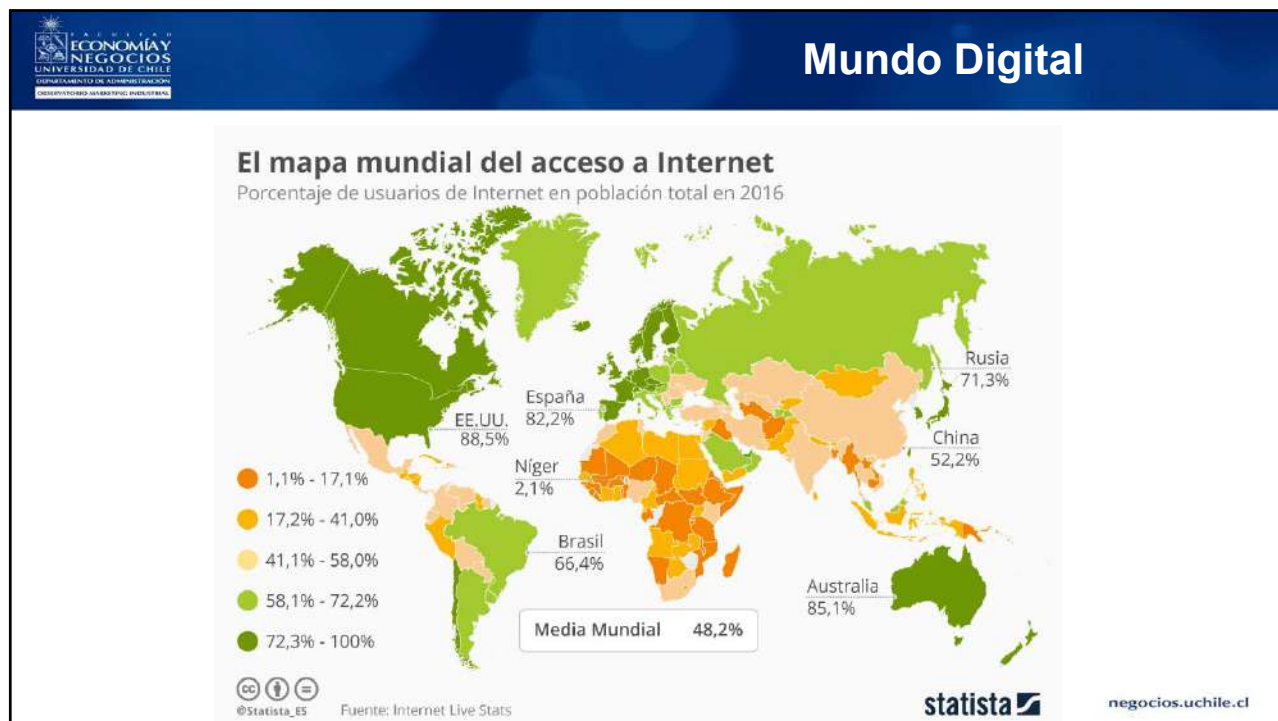
negocios.uchile.cl



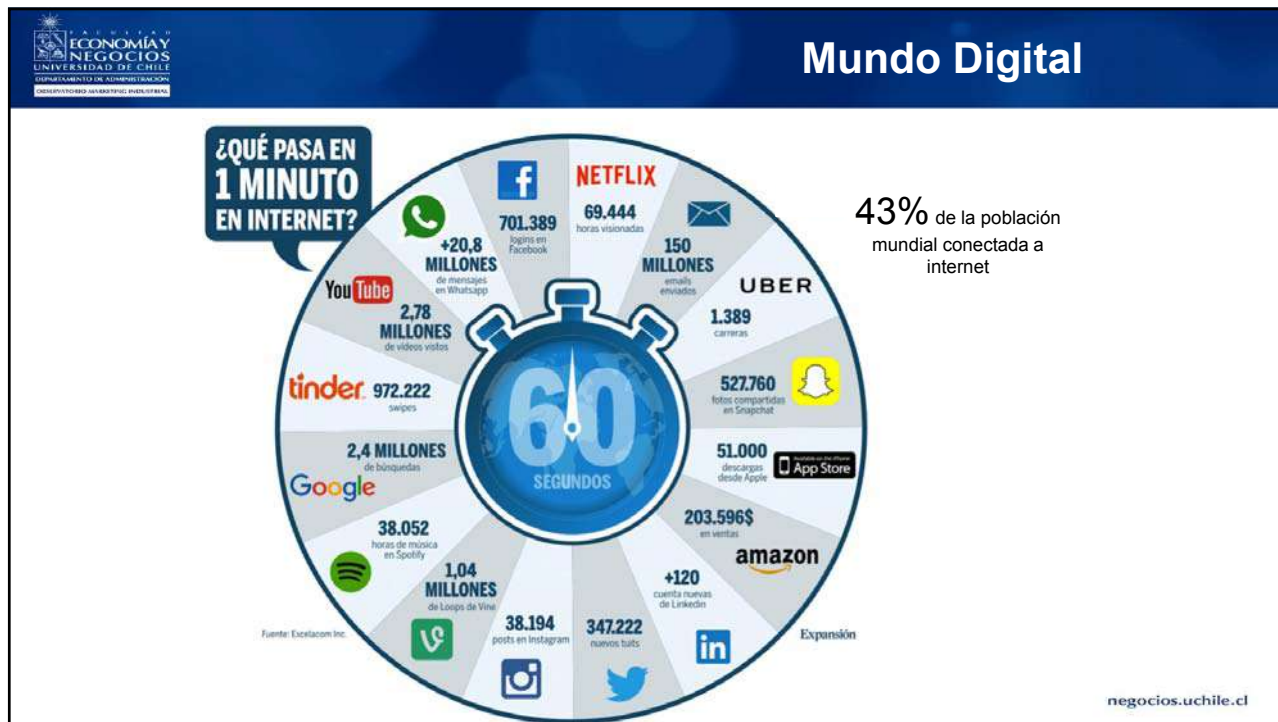
## “Rol del Marketing Digital en el sector B2B. El Secreto está en el Contenido”

Presentado por Sebastián Barriga

[negocios.uchile.cl](http://negocios.uchile.cl)







## Contexto Digital: El Desafío

Los usuarios están saturados con información digital...



Off Line



On Line

¿Qué deben hacer las marcas hoy? ...

Gran desafío!, pero los medios digitales tienen sus ventajas.

negocios.uchile.cl

## Contexto Digital: El Desafío



Empresas quieren tener **más clientes y utilidades**, ese no es el problema.



Les queremos decir algo a los clientes, pero cómo lo hacemos?

¿Vendemos directamente o potenciamos una relación?



negocios.uchile.cl

## Contexto Digital: El Secreto



! Hacer "Bajada Digital" de una campaña publicitaria



El secreto está en el Contenido:  
**Generar campañas Nativas Digitales**



Fortaleza Medios Digitales: Podemos segmentar por preferencias

negocios.uchile.cl

## El Contenido es Protagonista



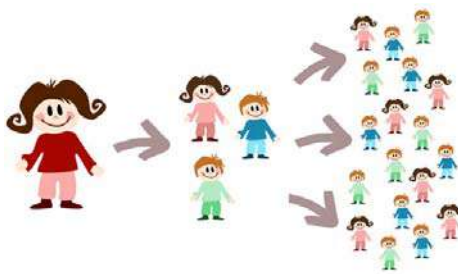
**"Elevator Pitch"**  
 3.000.000 Views  
 38.000 Likes



Fuente. La Tercera, Domingo 21 de Mayo 2017 [negocios.uchile.cl](http://negocios.uchile.cl)

## El Contenido es Protagonista

- ✓ Mezclan **historias entretenidas**, que se **vinculan** con el **concepto** que se quiere **posicionar**.
- ✓ Las campañas no se lanzan por canales de TV ni medios tradicionales.



**Virilizar Campañas**  
 =  
**100 veces más Boca Oído**

...” La gente elige ver estas campañas , porque les llama la atención la persona o la propia historia”...

*Cristóbal Zegers*

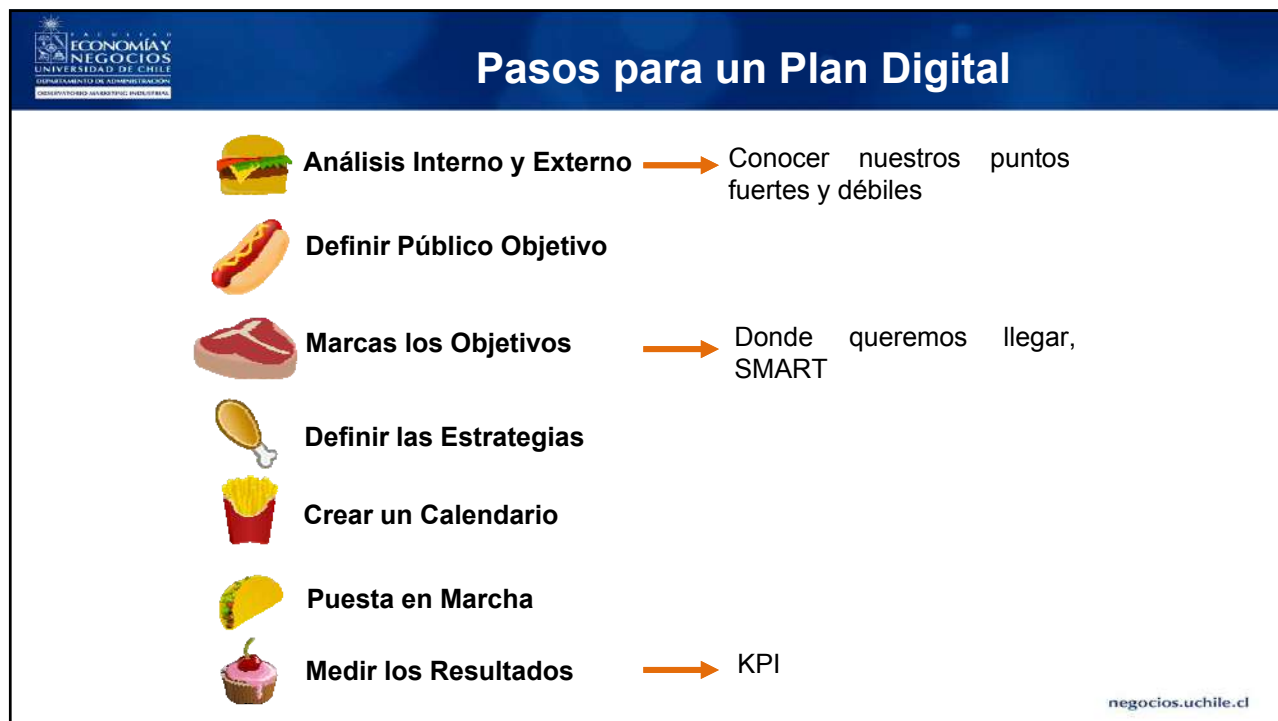
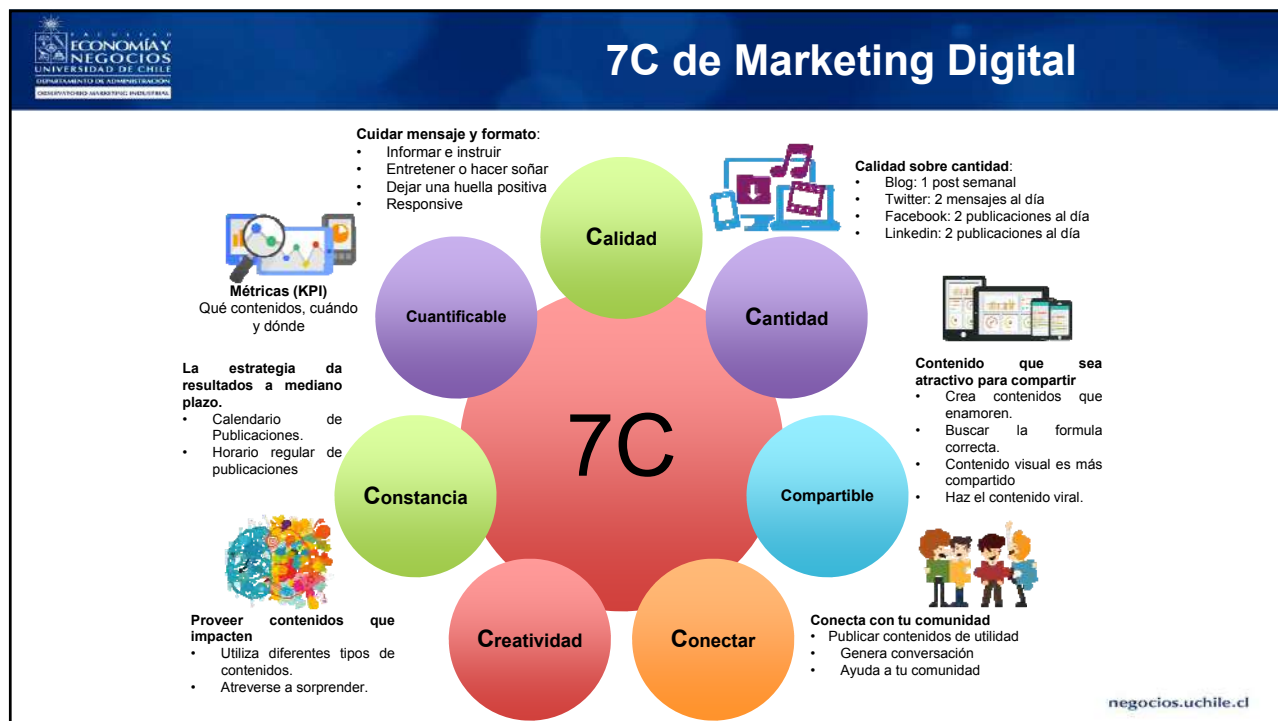
## ¿Qué es el Marketing Digital?

Es una **estrategia de Marketing** basada en **medios digitales** que implica la **creación y distribución de contenidos** de calidad, con el objetivo de **captar el interés del público objetivo** e intentar **convertirlos en clientes**.



- Nos ayuda a conectar con nuestro público objetivo
- Nos permite contarle nuestra historia y nuestro Know How
- Permite posicionarnos en al mente del consumidor y generar impactos positivos con nuestro Branding
- Nos permite lograr una reputación positiva como marca.

**Es la nueva realidad de las marcas**  
**para conectarse con sus clientes**



**ECONOMÍA Y NEGOCIOS**  
UNIVERSIDAD DE CHILE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN  
CENTRO DE INVESTIGACIONES EMPRESARIALES


## ¿Qué medios utilizar?

Promocionar Negocio	Atención al Cliente	Mejorar el SEO
Construcción de Marca	Investigación de Mercado	Incrementar tráfico web
		
		
		
	Branding y SEO	Exposición de Productos
	Alta Viralidad	Crear experiencias visuales


negocios.uchile.cl

**ECONOMÍA Y NEGOCIOS**  
UNIVERSIDAD DE CHILE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN  
CENTRO DE INVESTIGACIONES EMPRESARIALES

## Y en contextos B2B?



Volvo Trucks  
86.174.891 views  
8.000.000 compartido  
20.000 artículos mencionados  
50% Intención de Compra



negocios.uchile.cl

**ECONOMÍA Y NEGOCIOS**  
UNIVERSIDAD DE CHILE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN  
CENTRO DE INVESTIGACIONES EMPRESARIALES

## Y en contextos B2B?


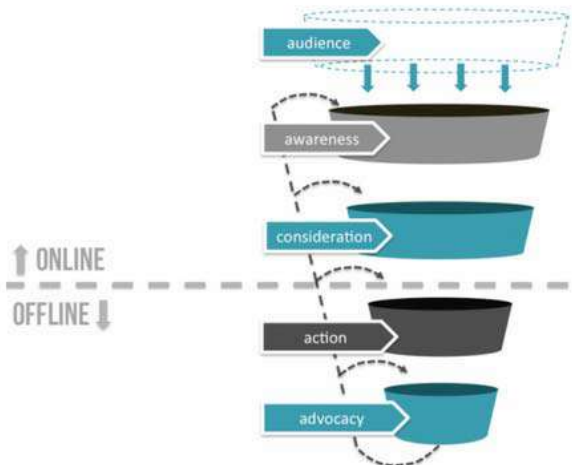



CAT  
#BuiltFort Trials  
3.896.983 views

negocios.uchile.cl

**ECONOMÍA Y NEGOCIOS**  
UNIVERSIDAD DE CHILE  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN  
CENTRO DE INVESTIGACIONES EMPRESARIALES


## Pilares de una Estrategia Digital B2B

↑ ONLINE  
OFFLINE ↓

negocios.uchile.cl





## Contactos

**Directora del Observatorio de Marketing Industrial (OMI)**

- **Leslier Valenzuela Fernández, PhD en Marketing, MBA.**  
[lvalenzuela@unegocios.cl](mailto:lvalenzuela@unegocios.cl)

**Ayudantes de Investigación**

- Natacha Peñaloza Briones, [npenaloz@fen.uchile.cl](mailto:npenaloz@fen.uchile.cl)
- Jorge Moyano Ramirez, [jmoyano@fen.uchile.cl](mailto:jmoyano@fen.uchile.cl)
- Valentina Soto Vásquez, [vsotov@fen.uchile.cl](mailto:vsotov@fen.uchile.cl)
- Guillermo Vásquez Errickson, [gvasqueze@fen.uchile.cl](mailto:gvasqueze@fen.uchile.cl)

Estudio realizado por Observatorio de Marketing Industrial (OMI) del Centro de Marketing Industrial (CMI), FEN. negocios.uchile.cl