

HUMAN BRANDING: MARCAS MÁS HUMANAS BRANDING 4.0

CDMX - CITIBANAMEX
NOVIEMBRE
21/22

ALICIA BARCO ANDRADE
CEO - HUMAN BRANDING PERÚ

**Human
Branding**
Brand Strategy &
Marketing Consulting

EXMA



**THE
MARKETING
ECONOMY**





LA CONECTIVIDAD

NOS HA CAMBIADO TODO

LA CONECTIVIDAD NOS HA CAMBIADO TODO

1. La conectividad es fruto del ingreso de la tecnología a nuestra vida
2. Es una realidad **VIVIR CONECTADOS.**
3. **Es la cuarta ola de revolución humana origen del celular en nuestras vidas.** Dándonos mayor poder de comunicación, colocando al ser humano como centro de todo.
4. Cambio la manera de hacer negocios. **La manera de entender el Marketing y la manera de gestionar la marca.**



EMPRESAS LOCALES

EMPRESAS GLOBALES



**MARKETING
TRADICIONAL**

**MARKETING
DIGITAL**

VS

A historical painting depicting a revolutionary scene. In the center, a woman with a determined expression holds a tricolor flag (red, white, and blue) aloft. She is surrounded by men in 18th-century attire, some holding rifles and pistols. The scene is filled with smoke and the sounds of battle. The overall tone is dramatic and heroic.

**REVOLUCIÓN
INDUSTRIAL**

**REVOLUCIÓN
INFORMÁTICA**

VS

**ECONOMÍA
INDUSTRIAL**

**V
S**

**ECONOMÍA
DE LAS IDEAS**

**Human
Branding**

BRANDING DIGITAL

Phones + cámaras = UGC

Todo está accesible

Social networks = atención a fotos

Muchos relatos a poco costo

#STORYTELLING

La experiencia del online y offline será igual de importante

**Human
Branding**

MARKETING

YA NO ES GUERRA DE PRODUCTOS

ES UNA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE PERCEPCIONES

**LA MARCA ES UNA
CONSTRUCCION HUMANA SOCIAL**

**Human
Branding**

**BRANDING
TRADICIONAL**



**BRANDING
DIGITAL**

**Human
branding**

EL BRANDING DE AHORA ES BRANDING DIGITAL

El contenido es el nuevo anuncio, **el Brand Content** es la nueva gestión de la marca

**Human
Branding**



¿QUÉ ES MARCA?

**¿CÓMO ENTENDEMOS
LA MARCA?**

**Human
Branding**

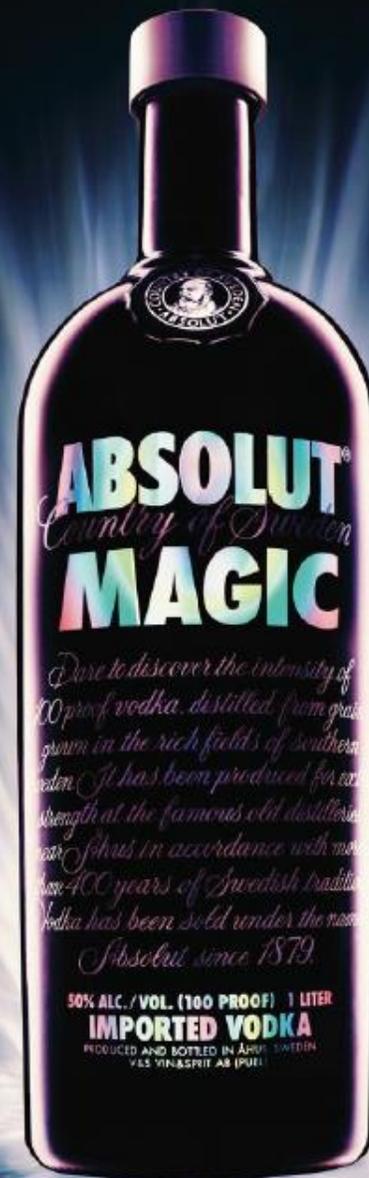


LA MARCA NO ES PRODUCTO

**Human
Branding**

Todos los derechos reservados de uso para la marca Human Branding, JM&H-B Global EIRL

**LA MARCA
NO ES PUBLICIDAD**



ABSOLUT MAGIC

*LA MARCA
NO ES LOGO...*

Google

**Human
Branding**

MARCA

ES EL CENTRO DE TODO

ES EL
*ACTIVO INTANGIBLE
DE VALOR*

+ IMPORTANTE PARA

*EL NEGOCIO Y
LAS PERSONAS*

**Human
Branding**

LA MARCA ES UNA

CONSTRUCCIÓN SOCIAL

EXPERIENCIA

ENFOQUE

PROPÓSITO

#LAMARCA ES UNA PERSONA CONECTADA

**Human
Branding**

MARCAS MÁS HUMANAS

Todos los derechos reservados de uso para la marca Human Branding, JM&H-B Global EIRL





MANAGEMENT MARKET MARKETING SUCCESS BUSINESS PROFESSIONAL
POSITIVE VISION INNOVATION COMPETENCE DEVELOPMENT PLAN STRATEGY
CREATIVITY LEADERSHIP ACHIEVEMENT ANALYSIS EARNING
MOTIVATION TEAMWORK FINANCIAL GOAL GROWTH IDEA ACTION
CAREER INVESTMENT PROFESSIONAL FINANCIAL INVEST

EL MARKETING 4.0

MARKETING RESPONSABLE HUMANO: MARKETING 4.0

USO DE LA TECNOLOGÍA

**DAMOS SOLUCIONES A PROBLEMAS
DE LA VIDA DE LAS PERSONAS**

**HACIENDOLES
LA VIDA MÁS FÁCIL**

**INFLUYENDO DE MANERA
POSITIVA EN SU VIDA**

**Human
Branding**

UBER

GOOGLE

ARIBNB

COCA COLA

PIENSAN EN LA EXPERIENCIA DE LA PERSONA

**Human
Branding**

MARKETING TRADICIONAL



Orientado al Producto

MARKETING HUMANO



Orientado a la Personas



TO CONNECT PEOPLE + CORAZÓN = CONEXIÓN DE AMOR → ENGAGEMENT

**Human
Branding**

HISTORIA DE LA GESTIÓN DEL MARKETING

MARKETING 1.0

Marketing tradicional:
Orientado al Producto



MARKETING 2.0

Marketing tradicional:
Orientado al SERVICIO



MARKETING 3.0

Marketing de valores:
Orientado a las personas
(mente, espíritu, corazón y cuerpo).



MARKETING 4.0

Marketing Humano:
Orientado a las personas, a la transparencia, a la colaboración, a la interacción, a la tecnología para facilitar procesos en la era del conocimiento.



TO CONNECT PEOPLE + HUMAN BRANDS → ENGAGEMENT DE VALOR

**Human
Branding**



LA INNOVACIÓN

¿LAS EMPRESAS SE ESTÁN REINVENTANDO?

ESTAMOS CREANDO IDEAS DE NEGOCIO INNOVADORAS

**Human
Branding**

LA INNOVACIÓN ESTÁ EN LAS IDEAS Y EN EL CONTENIDO DE VALOR DESDE LO DIGITAL

CRECIMIENTO EXPONENCIAL



CREA CULTURAS COLABORATIVAS



EL NEGOCIO SE VUELVE MÁS ÁGIL



INTELIGENCIA DE DATA



MARCA INTELIGENTE



NOSOTROS PROPONEMOS
INNOVACIÓN DESDE
LA ESTRATEGIA

**Human
Branding**

#LAMARCAESUNAPERSONA



PENSAMIENTO - CULTURA
(IDENTIDAD)

EMOCIONAL PERSONALIDAD

ÉTICA / MORAL
(LIDERAZGO, VALORES)

FÍSICO **(EMPAQUE)**

SOCIABILIDAD
(DIGITAL - OFFLINE)



Planning for Human Brands & Human Content
Estrategía de Marcas & Contenido Digital para Marcas
más Humanas.

MODELO DE GESTION INNOVADORA DE LA ESTRATEGIA DE LA MARCA



TEMAS
MULTIDISCIPLINARIOS

¿CÓMO LO LOGRAMOS?

MICRO-MOMENTOS

ENGAGEMENT

HUMAN BRANDS

EXPERIENCIA
HUMANA

PROPÓSITO HUMANO / ENFOQUE PARA LA SOCIEDAD / Y LA RAZON DE SER PARA LAS PERSONAS

EL ENFOQUE DE LAS HUMAN BRANDS

Que hagan **PENSAR**

Que hagan **SENTIR**

Que hagan **ACTUAR**

Human
Brand Content
Diferente
Relevante
Humana

BRANDING DIGITAL

ON OFF

Planeamiento
Estrategia
Concepto – Temas
de Marca
Brand Mapping
Diseño y desarrollo

**Human
Branding**

MODELO DE SOSTENIBILIDAD DE LAS HUMAN BRANDS

**SOCIALMENTE INCLUSIVAS
O SOCIALMENTE CONSCIENTES**

**(RESPONSABLES CON LA GENTE,
CON LA COMUNIDAD, CON EL MUNDO)**

AUTÉNTICAS

(REALES /HONESTAS, VALORES CLAROS)

LAS HUMAN BRANDS

INTELIGENTES

**(ENSEÑAN A USAR EL PRODUCTO, QUE ENSEÑAN
A TENER UN MEJOR ESTILO DE VIDA HUMANO)**

INNOVADORAS Y DIGITALES

(ALWAYS - ON)

**#STAYDIGITAL
#BRANDLIKEAPERSON**

**Human
Branding**

CUANTA MÁS

GENTE ESTÉ

CONECTADA A

INTERNET +

CAPACIDAD DE

INNOVACIÓN

IDEAS

**Human
Branding**

EL HUMAN MARKETING MIX DIGITAL

CO-CREACIÓN



CONVERSACIÓN



DIGITAL (INFLUENCER)



E-COMMERCE - EXPERIENCIA OFFLINE



DIGITAL HUMAN TRENDS

Liderazgo Humano con competencias digitales y en el uso de la tecnología.

Estrategia para Marcas Líderes.

Culturas consientes de valores propios.

Visión, misión y propósito claro.

Las organizaciones de hoy serán más **RECONOCIDAS** por considerar las relaciones con sus trabajadores, sus clientes y sus comunidades, así como su impacto en la sociedad en general, transformándolos de empresas comerciales en empresas sociales .



ERA DE LA CONECTIVIDAD 2018.

EL DESEMPEÑO FINANCIERO

EL FUTURO ES MOBILE

EL DESEMPEÑO COMERCIAL DE LOS PRODUCTOS. HABILIDADES DURAS.

EL FUTURO ESTÁ EN EL PODER DE LAS PERSONAS

INTERNET GOOGLE 2000

DELOITT 2018. EL AUGE DE LA EMPRESA SOCIAL.

**Human
Branding**

LAS EMPRESAS LÍDERES HUMANAS

No están enfocadas en
Procesos **SOLAMENTE**

No están enfocadas en el
Producto **SOLAMENTE**



Están enfocadas en que **LAS PERSONAS** estén felices con el ambiente de trabajo.



Están enfocadas en cómo está haciendo **SENTIR LA MARCA** en los escenarios digitales.

ESTÁN ENFOCADAS EN LO QUE LAS HACE LÍDERES:

LIDERAZGO DE PERSONAS

Human
Branding



EN UN MERCADO MADURO COMO EL DE AHORA,
**LA GESTIÓN DE MARCA
ES UNA OPORTUNIDAD DE
VENTAJA COMPETITIVA**

QUE PUEDE PONER BARRERAS HACIA LA COMPETENCIA

**Human
Branding**

A nighttime photograph of a city skyline, likely Singapore, with numerous skyscrapers illuminated and their lights reflected in the water in the foreground. The text is overlaid on this background.

ADEMÁS QUE NOS VUELVE MÁS COMPETITIVOS CREANDO BARRERAS DE MERCADO.

El poder de una marca radica en su poder de influencia para la MENTE

**Human
Branding**

#LAERADELACONECTIVIDAD

¿LAS PERSONAS PUEDEN

CAMBIAR EL MUNDO, Y TRANSFORMARLO

POR LO QUE LAS MARCAS PUEDEN DECIR?

iiiiiiii **SÍ!!!!!!!**

MODELO DE SOSTENIBILIDAD DE LAS HUMAN BRANDS

1. PLANNING BUSSINES

2. BRAND VALUE

INNOVACIÓN & ESTRATEGIA

BRANDING CORPORATIVO

3. BRANDING DIGITAL

HUMAN BRANDS STRATEGY

VALOR PARA EL CLIENTE

VALOR PARA LA SOCIEDAD



REFERENCIAS DE MARCAS HUMANAS

MAMÁ REAL

Real REAL - Perú
Publicado por Annel Loyola [?] · Ayer a las 09:00 ·

¿Caminó varias horas a tu lado para encontrar esa prenda que tanto querías? 🛍️💕 Entonces, esa personita se merece lo mejor. 🌻



Si te acompaña a hacer shopping no lo dejes ir

NO CONTIENE AZÚCAR TRANSGÉNERO

Haz Tun-Tun en tu corazón



Promoción no disponible

7 2 veces compartido

Me encanta Comentar Compartir

Real REAL - Perú
Publicado por Annel Loyola [?] · 2 de noviembre a las 09:00 ·

Nada mejor que repasar todo lo que ya olvidaste al lado de tus hijos. ¿Tú también disfrutas de ese momento con los más pequeños de la casa?



Hacer la tarea con ellos es como volver al colegio

NO CONTIENE AZÚCAR TRANSGÉNERO

Haz Tun-Tun en tu corazón



Promoción no disponible

BRANDING CORPORATIVO

D. DELOITTE Ecuador
8 de febrero de 2016 · 🌐

Me gusta esta página

#ImpactThatMatters. #Deloitte está dirigido por un propósito: generar impactos que trascienden. Este propósito define quienes somos. Nos da nuestras razones para existir. Estas historias de éxito son algunas de las formas como Deloitte genera un impacto que trasciende en todo el Mundo, así que porque no nos cuentas tu historia de éxito.



#ImpactThatMatters
Deloitte.

Jacinto Santos, Hedy Alvarez y 13 personas más · 1 vez compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

D. Deloitte Graduates and Interns - Across Africa
15 de junio de 2016 · 🌐

Me gusta esta página

Have you joined in on the excitement? Follow [#ImpactThatMatters](#)



Varsha J Vaswani, Alan Wrigglesworth y 2 personas más

BRANDING CORPORATIVO

D. Your Future at Deloitte (Colombia) Me gusta esta página
agregó 2 fotos nuevas.
14 de octubre de 2016 · 🌐

El día de hoy, los colaboradores de Deloitte Medellín reafirmaron su compromiso para generar impactos que trasciendan en la sociedad. Hoy, a través del #ImpactDay transformamos la educación de más de 400 niños. #YourFutureAtDeloitte #ImpactThatMatters



39 2 veces compartido

D. Deloitte | Colombia Me gusta esta página
7 de abril de 2016 · 🌐

En Deloitte, creemos en el trabajo y esfuerzo para generar gran impacto. #ImpactThatMatters



Deloitte.
“El genio se hace con un 1% de talento y un 99% de trabajo”
- Albert Einstein

Andres Machado, Santiago Escandón y 12 personas más 1 vez compartido

STORYTELLING CORPORATE BRANDING



No es una empresa amigable pero se hace humana

La mejor energía que mueve al mundo son las personas

Todos los derechos reservados de uso para la marca Human Branding, JM&H-B Global EIRL



informes de responsabilidad corporativa

[ver cómo logramos resultados de la manera correcta >](#)

El programa 2018 de
Chevrolet
impulsa tu programa
escolar.

[sobre el período de envío del proyecto. >](#)



10 de cada 10 para la inauguración del fab fab lab en houston

[Lee sobre la gran inauguración. >](#)

en las noticias

Chevron reporta un ingreso neto en el tercer trimestre de \$ 4.0 mil millones [ler más >](#)

Chevron anuncia el dividendo trimestral del 3T 2018 [ler más >](#)

Chevron anuncia una contribución de \$ 500,000 para el alivio de huracanes



Ficheros salvajes: vida marina en maratua.

[ver la infografía >](#)





Reserva alojamientos y experiencias especiales.

DÓNDE

Cualquier lugar

LLEGADA

dd/mm/aaaa

SALIDA

dd/mm/aaaa

HUÉSPEDES

Huéspedes

Buscar

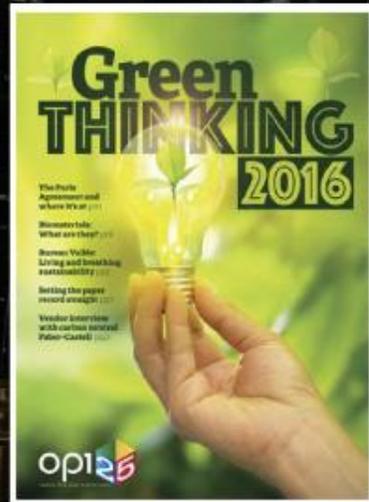
LA TRANSPARENCIA ES CONFIANZA

SI NO ESTÁS EN DIGITAL, NO CONSTRUIRÁS CONFIANZZA

 Gana dinero hospedando en Airbnb >

TENDENCIAS DE LAS MARCAS MÁS HUMANAS

1. Preocupación por el Medio Ambiente
(Productos VERDES)



2. Preocupación por las Salud y el bien de las personas
(healthy food, comida más sana, sin preservantes, sin transgénicos)



3. Preocupación por conocer el provenir del producto **(Su origen, lo insumos, dar tranquilidad de consciencia)**



4. Reforzar – persuadir – insistir en la humanidad de las personas **(Estilos de vida)**



TO CONNECT PEOPLE + HUMAN BRANDS → ENGAGEMENT DE VALOR

**Human
Branding**

A nighttime photograph of a city skyline, likely Singapore, with numerous skyscrapers illuminated and their lights reflected in the water in the foreground. The text is overlaid on the image.

**El mejor activo intangible de tu
negocio es tu marca,**

de la misma manera que tu gente es tu mejor capital.

**Human
Branding**



ESTA ERA DE LA CONECTIVIDAD DESPIERTA EL VERDADERO
LIDERAZGO HUMANO

**Human
Branding**

A person is shown from the chest up, holding a lit sparkler in their right hand. The sparkler is bright and glowing, with sparks falling around it. The person is wearing a dark, textured sweater. The background is dark and out of focus.

TÚ TIENES PODER HUMANO

Human
Branding



VISIONA

**Human
Branding**

Todos los derechos reservados de uso para la marca Human Branding, JM&H-B Global EIRL

A nighttime photograph of a city skyline, likely Singapore, with numerous skyscrapers illuminated and their lights reflected in the water in the foreground. The text 'PENSAMIENTO CRÍTICO' is overlaid in the center.

PENSAMIENTO CRÍTICO



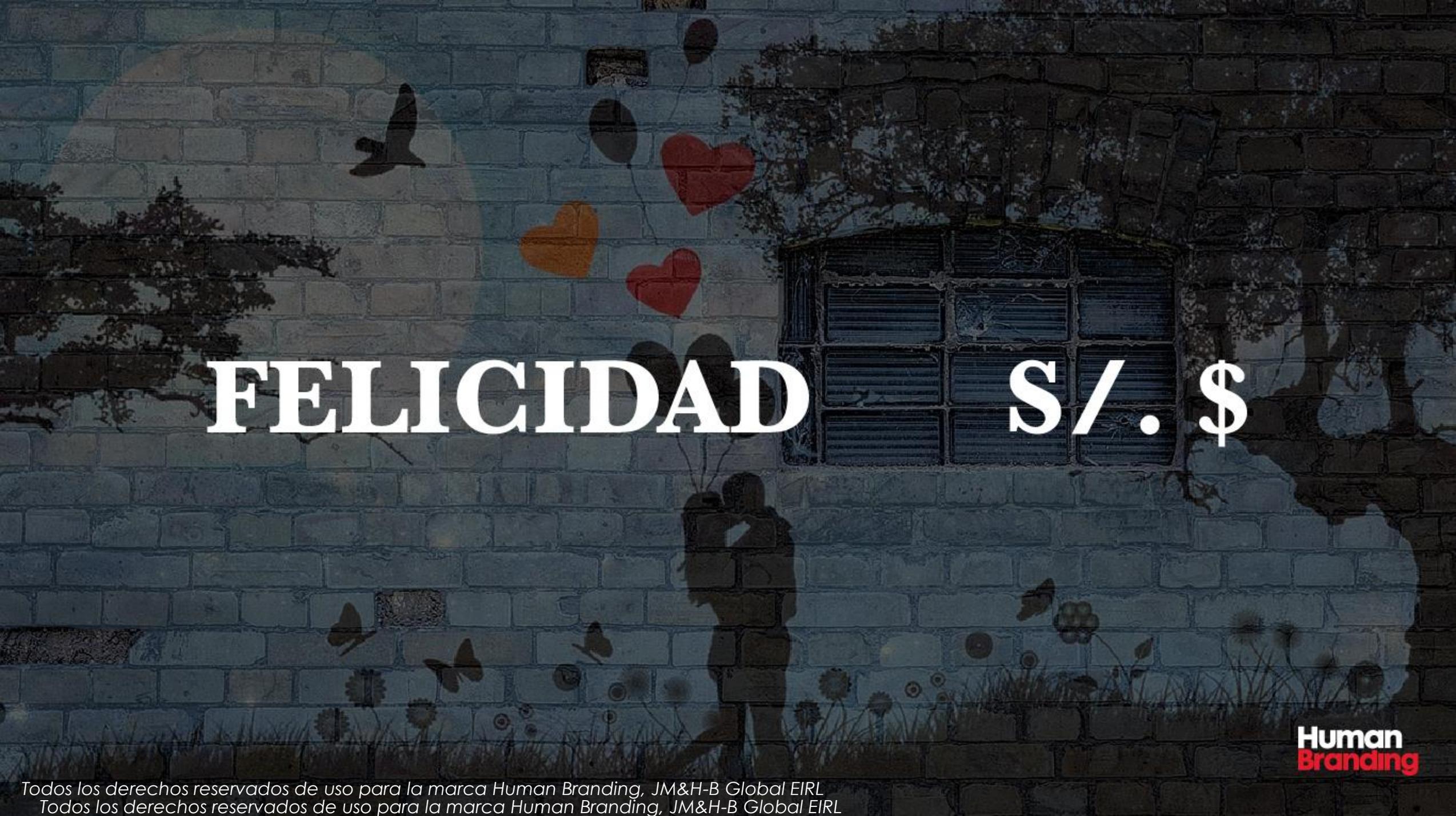
**BUSCA CONECTAR SOLUCIONES PARA
EL MUNDO**

**Human
Branding**

Todos los derechos reservados de uso para la marca Human Branding, JM&H-B Global EIRL

EMPRENDE

A close-up photograph of a hand holding a glowing, textured sphere. The sphere has a grid-like pattern and a bright light source in the center, creating a lens flare effect. The word "EMPRENDE" is overlaid in large, white, bold, serif capital letters across the middle of the image.



FELICIDAD

S/. \$

**Human
Branding**

The background of the image shows a sunset or sunrise over a body of water. Several people are silhouetted against the bright sky, standing on large rocks. One person on the right has their arms raised in a gesture of triumph or freedom. The overall mood is one of inspiration and overcoming challenges.

NO TENGAS MIEDO

**Human
Branding**



CONVIERTETE EN LÍDER TRANSFORMACIONAL

**Human
Branding**



**UNA PERSONA TRIUNFADORA,
O UN TRIUNFADOR, FUE UNA PERSONA
QUE FRACASÓ MUCHAS VECES,**

PERO JAMÁS SE DIO POR VENCIDA.

**Human
Branding**

MUCHAS GRACIAS



**Human
Branding**



The background of the image shows two glasses of beer with lemon slices on the rim, set against a dark background with scattered lemon slices and a dusting of white powder. The text is overlaid on this scene.

WE ARE BRANDERS

#THANKYOU

#HUMANBRANDING
#ALICIABARCO

WWW.HUMANBRANDING.COM.PE