

Grupo
familia®

Nuestros principios

Apasionados por servir

El cliente y consumidor son el eje central de nuestras decisiones

Innovamos para ganar

Promovemos la generación de nuevas soluciones

Juntos somos más

Promovemos la cercanía, el respeto, la colaboración y nuestro desarrollo

Protegemos lo nuestro

Actuamos con integridad y transparencia

Superamos nuestras metas

Nos orientamos al logro con responsabilidad, simplicidad y agilidad



Promovemos la
generación de nuevas
soluciones

Innovamos para ganar

Comportamientos:

- Nos **anticipamos** a nuevas oportunidades y las desarrollamos con valentía y **disciplina**, tomando riesgos conscientes y capitalizando los errores.
- Actuamos con apertura al cambio y exploramos nuevas formas de hacer las cosas adaptándonos con facilidad.
- Identificamos y adoptamos nuevas tecnologías evolucionando en el mundo digital.

El mundo
está
cambiando

Más rápido

De manera
Exponencial

Las compañías
entienden los
cambios pero no la
velocidad a la
que suceden



The Law of Accelerating Returns

March 7, 2001 by Ray Kurzweil

*An analysis of the history of technology shows that **technological change is exponential**, contrary to the common-sense “intuitive linear” view. So **we won’t experience 100 years of progress in the 21st century — it will be more like 20,000 years of progress (at today’s rate).***

3 V's Of Big data

Volume

1 terabyte almacena lo que cabría en 1.500 CD's o 220 DVD's, o 16 millones de fotos de FB

Velocity

Se pronostica que para 2020 habrá 20,8 billones de dispositivos conectados

Variety

Data estructurada o des-estructurada (generándose esta última a mayor velocidad y requiriendo nuevas capacidades de procesamiento y analítica

¿Por qué?

Ejemplos:



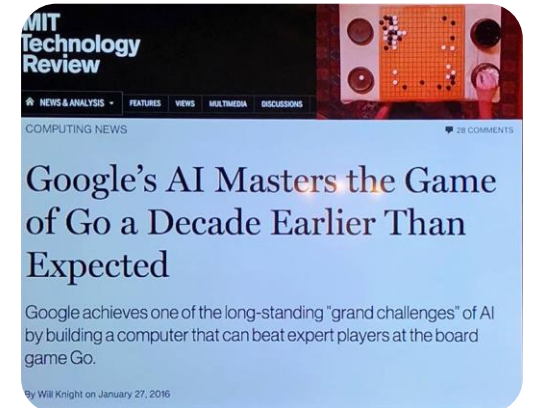
vs



Misión de Apolo 11: usó equipos con almacenamiento de 36.864 palabras de 14 bits y una RAM de 2.048 palabras. Un smartphone con medio GB de RAM tiene **100.000 veces más memoria** que este.

Nuevas capacidades tecnológicas para procesamiento

- Cloud storage
- Sand boxes
- Cloud computing warehouse
- GPU
- Open source



DISRUPTION



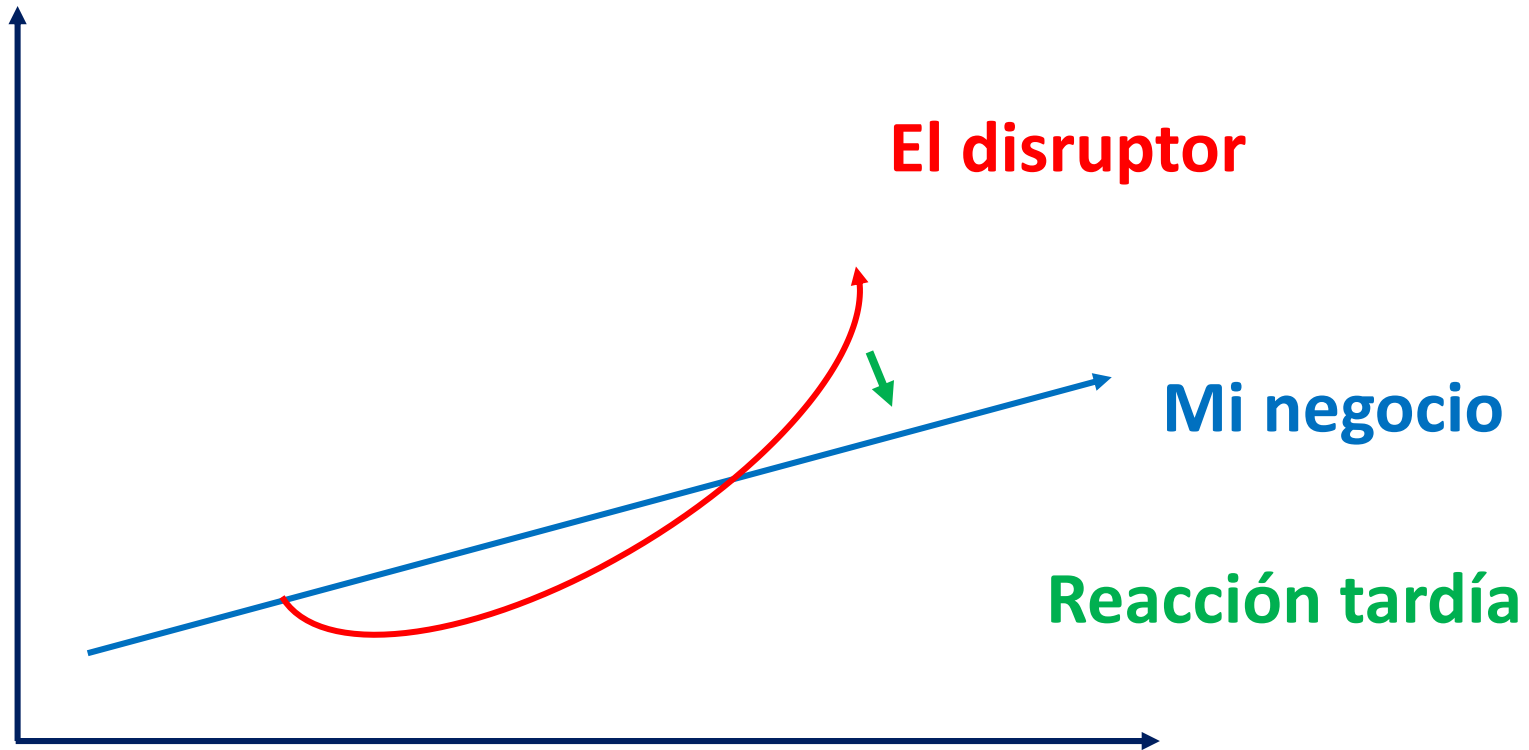
Muchos trabajos se van a perder y otros nuevos van a emerger



Muchas compañías van a quebrar



Muchas industrias serán diferentes



focus@will



<https://www.focusatwill.com>

¿Qué creen que podría pasar con estas marcas?



¿Qué hago?

Paranoia

Necesito SER:

Google

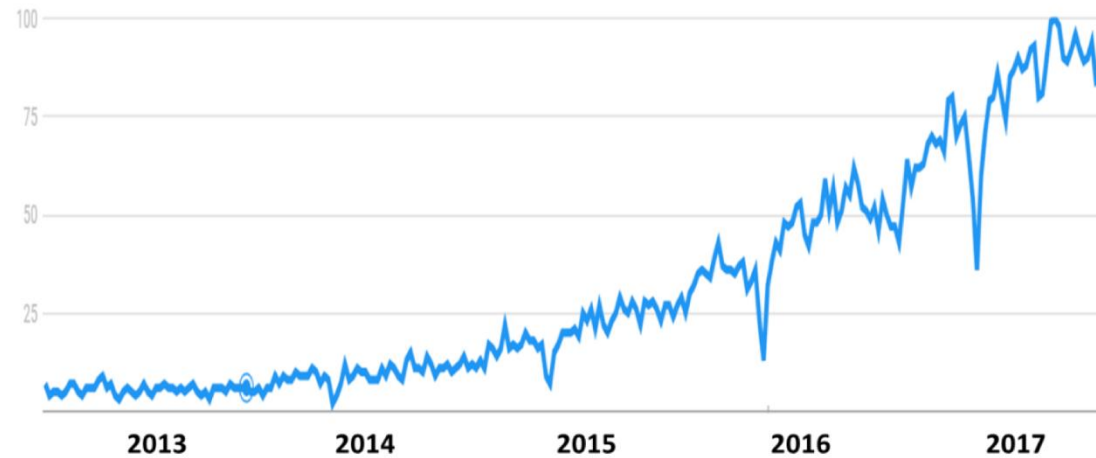


...Sino...



Searches for “Digital Transformation” on Google

Source: Google Trends



Business Transformation Using Digital





Your Company Doesn't need a Digital Strategy

George Westerman
October 25, 2017

“Technology doesn't provide value to a business. It never has (except for technology in products). Instead, technology's value comes from doing business differently because technology makes it possible. E-commerce is not about the internet — it's about selling differently. Analytics is not about databases and machine language algorithms — it's about understanding customers better, or optimizing maintenance processes, or helping doctors diagnose cancer more accurately. IoT is not about RFID tags — it's about radically synchronizing operations or changing business models”.

La tecnología es una **palanca** para hacer las cosas:



Más rápido



Más preciso



Mejor



Más barato

...Entonces

¿Se puede **ganar**
en el mundo de
hoy sin ser **GAFA?**

Google



amazon

Yes!

La esencia de los **buenos negocios** no ha cambiado

If you want to build a successful, sustainable business, **don't ask yourself what could change** in the next ten years that could affect your company. Instead, **ask yourself what *won't* change**, and then put all your energy and effort into those things.





**Tenemos una gran
Oportunidad!!**

**Alguien tiene que
hacer el papel
higiénico BIEN**

¿Cómo lo hacemos?

Nuestro Digital Mindset

- 1 La transformación Digital es responsabilidad de **todos los líderes de la compañía**, con el apoyo tecnología como habilitador estratégico
- 2 No tenemos una estrategia digital. Hacemos de las herramientas digitales una palanca de nuestra estrategia
- 3 Mantemos la **escencia**, cambiamos la manera de hacer las cosas

Innovan más y
más rápido

Obsesión por
atender mejor
a su cliente

No lanzan
productos,
resuelven
dolores

**GREAT
BRANDS
DON'T JUST
HAPPEN**

Están siempre
disponibles y
visibles

Gritan lo
bueno que
hacen y su
cliente lo
entiende

**¿Cómo lo estamos
haciendo?**

Business Strategy

Innovación basada en **INSIGHTS** que genera **INTENCIÓN DE COMPRA** y mejora la **RENTABILIDAD**

Marcas con **PROPÓSITO** que generan **INTIMIDAD** con el Consumidor para ser **LÍDERES** en las categorías

Capturar el **MAYOR** valor de los Negocios

Estar presentes y ser preferidos en **TODOS** los **PUNTOS** de venta (virtual y físico)

Evolucionar en el Mundo **DIGITAL**

OGSM Negocios




Evolucionar en el
Mundo DIGITAL

Actions

- Transformarnos en un equipo que piensa y actual DIGITAL.
- Gestión del Funnel DIGITAL (Awareness / Consideration / Trial / Loyalty).
- Conseguir y Desarrollar el MEJOR TALENTO bajo la cultura Familia: digital, ágil, decisiones basadas en data, orientación al logro.

KPIs

- Digital Transformation Assesment.
 - KPIs Digitales Essity.
 - GPS.
- 

Digital Roadmap

April
2018

Digital CoE

- Equipo de trabajo digital que busca acelerar la dinámica digital y gestión del cambio

May
2018

Definir las prioridades

- Priorizar Iniciativas
- Conformación de células digitales

2019

Prioridades Digitales 2019

- Marketing One To One
- Experiencia de cliente personalizadas
- Atención a contactos y escuchas digitales

2017

Análisis de brechas

- Talent Revolution Google BCG
- Definición de Agencia de medios
- Fortalecer alianzas (Google, Facebook)

Mayo
2018

Estrategia Digital

- Ajustar nuestra estrategia para ganar en digital
- Construcción de objetivos

2018

Prioridades Digitales 2018

- Decisiones mejores y más rápidas basadas en datos
- Comunicaciones basadas en entendimiento del consumidor
- Incrementar la participación y las ventas de eCommerce
- Fortalecer nuestro modelo de operación digital

Digital Strategy

Mejores decisiones basadas en datos

Comunicación efectiva basada en el entendimiento del consumidor

Aumentar las ventas de nuestras marcas en línea

Modelo de Operación Digital

Ganar en Digital

Contenidos de
marca



Contenido
Comercial



Campañas



Ventas Online



Analítica Digital



















Plataforma
tecnológica



Indicadores de las marcas

KPIS

YTD March –
March
Colombia

								
	4,8 MM	774K	545K	237K	3.2 MM	113K	132K	18K
	1.3 MM				58.058 # App Descargas			
	1,9 MM	1 MM	160K EnteraTe 81K Bienestar	31K	367.168 fans		53.905	4.421
	361 K Subscriptores Repr: 189 MM	7.1 K Subscriptores Views: 32 MM	2.2 K Subscriptores Views: 358 K	2.2 K Subscriptores Views: 575 K	7.1K Subscriptores	60 Subscriptores	1.525 7.508.491	1.262 3,239,551
	15 K			207 followers	10.800 followers			
	52 K Followers		N/A	15,7K Followers	12,3K Followers		2.613	402
	300 K	100K	50K	35K	470K		-	-
	800 K Códigos 24 MM puntos	Visualizaciones 233.853 Muestras: 100.030	7.601 Muestras Online	3.169 Muestras Online	2,5 MM Codes 130K Users	2.000 Ordenes de servicio	-	-

Indicadores de las marcas

KPIS

YTD March –
March
Colombia



Contenidos de marca



Mejorando la experiencia con nuestras marcas

- Indicadores de las marcas
- Loving la Serie Web
- Pomys 2 Minutos para mí
- Curso Cuidadores Pequeñín
- Rita la rendidora

Nosotras | ¡Loving la Serie, imperdible!

2 millones

Reproducciones

10%

Incremento en
subscriptores

3.5 millones

Minutos
reproducidos

80.000

Interacciones

¿Quién?

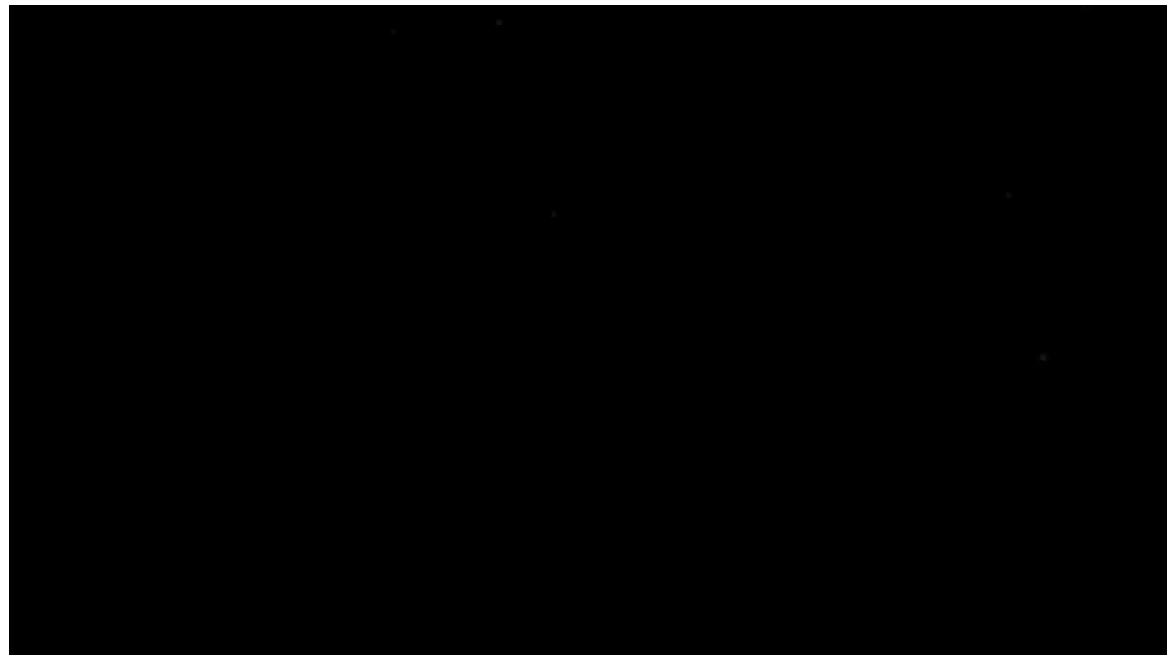
Adolescentes en américa latina

¿Qué?

Ver video en línea es una de las actividades más importantes para los adolescentes en el ámbito digital. Nosotras lanzó "Loving la serie" para interactuar con el público objetivo más importante y contribuir con la campaña Bullying for Loving.

¿Cómo?

8 episodios animados protagonizados por Las Nosotras Girls. La serie se basa en el tema de Bullying for Loving con seguridad y confianza como valores de marca. Fue promocionado en revistas para adolescentes, múltiples canales digitales y durante nuestra campaña escolar.



Pomys | 2 Minutos para mí

5,8 millones

Reproducciones del
target

21%

CTR

(Clics para ir al sitio)



¿Quién?

Mujeres: 25 – 45 Años
Colombia

¿Qué?

Digital como habilitador clave para crear conciencia de marca y superar la pereza: buscamos superar la pereza, que es una de las barreras más fuertes para el cuidado de la piel. Incluso si las mujeres saben que tienen que quitarse el maquillaje cada noche, cuando las mujeres se sienten cansadas se olvidan de ello, debemos aumentar la conciencia y crear este hábito.

¿Cómo?

A través de videos de 2 minutos de varios temas que funcionarán como "alarma para desmaquillarse" y acompañarán a las mujeres durante su rutina de desmaquillaje, haciéndolo más divertido y generando un fuerte vínculo entre nuestro objetivo y la marca.



Familia | Rita la Rendidora



¿Quién?

Mujeres: 30 – 34 años | Amas de casa con hijos
Intereses: Entretenimiento, salud y belleza

¿Qué?

Es una serie web que sigue a una mujer de alto rendimiento "Rita", experta en eficiencia que compartirá diferentes trucos prácticos con el público objetivo para que puedan sacar el máximo provecho de todo en casa. (Buscando enfatizar en contenido exclusivo de marca y producto)

¿Cómo?

Los temas de cada capítulo se extraen de las escuchas sociales y análisis de las búsquedas de nuestro público objetivo en los motores de búsqueda como google. Al hacerlo, buscamos crear contenido relevante alineado con los objetivos comerciales de las marcas y donde los productos coexisten de manera orgánica dentro de los videos.

Notable Protection

What matters to the Human
Claudia Milena

Be Admired
(approval for what I am, what I do, what I give and what I have)

Familia significantly protects Claudia Milena's aspirations of being admired, offering content that allows to take care of them and herself

Makes it easier to take care

What the Brand wants
Familia

Where we should focus

Pequeñín | Curso cuidadores

7.166

Incripciones

21.046

Redenciones

18.002

Autoevaluaciones

¿Quién?

Mujeres: 18 – 35 años con hijos entre 0 y 5 años que hacen parte del Club Pequeñín
Personas que cuidan niños entre 0 y 5 años

¿Qué?

Reconocer y recompensar a los cuidadores a través de nuestra marca Pequeñín, proporcionando un valioso conocimiento para el desarrollo de los niños colombianos

¿Cómo?

Desarrollamos el curso virtual "Cuidadores de la primera infancia" en asocio con la Universidad CES. El curso virtual tiene 9 módulos, cada uno centrado en la atención que se debe brindar a la primera infancia: Estimulación , nutrición, disciplina positiva. Este año comenzamos la novena temporada y todos los cuidadores que quieran graduarse deben registrarse en el club pequeño y descontar 30 puntos por cada módulo.

9 meses

Duración aproximada



Contenido Comercial



Facilitando el viaje de compra de nuestros clientes

- Apoyar la estrategia de eRetail
- Incentivar la compra en línea en redes sociales

Desarrollar el canal de eRetail

Generar tráfico a las plataformas de comercio electrónico a través de nuestros puntos de contacto digital

HOLA

¡Hagámoslo juntos!

Promoción días de precios especiales éxito

¡Mañana sábado 30 de septiembre no vas a querer faltar! Porque podrás disfrutar de un 25% de descuento en las superofertas Pequeñín.

25% Descuento

Desde el 27 de septiembre al 16 de octubre de 2017 **ahorra en todos** los productos Pequeñín.

En exito.com también puedes encontrar estas super promociones

Clic aquí

677.481 sesiones
33.144 clics con intención de compra en exito.com

Incluir el botón de compra en nuestras páginas web

Colombia

Buscar

Catálogo de premios

Iniciar sesión

Regístrate

larebaja

Embarazada Esperándote 0-3 meses

Recién Nacido 4-6 meses

Acostaditos 7-17 meses

Exploradores 18-36 meses

Aventureros

Club Pequeñín

Mujer Pequeñín

Productos



larebaja

Seleccionar ciudad

Escriba el nombre del producto

Todas las categor...

Iniciar Sesión | Regístrate

Comparar Productos

Categorías

Descuentos

Electro

Mascotas

Naturales

ClienteFie

Pequeñín

PAÑAL PEQUEÑÍN EXTRAPROTE...	PAÑAL PEQUEÑÍN EXTRACONF...	PAÑAL PEQUEÑÍN EXTRACONF...	PAÑITOS HÚMIDOS PEQUEÑÍN A...	OFERTA PAÑITOS HÚMIDOS PE...
PAQUETE X 50 UND	PAQUETE X 10 UND	PAQUETE X 10 UND	PAQUETE X 100 UND	PAQUETE X 70 UND
Antes: \$27.000 Ahorro: \$810	Antes: \$40.000 Ahorro: \$300	Antes: \$44.200 Ahorro: \$790	Antes: \$10.250 Ahorro: \$720	Antes: \$9.200 Ahorro: \$580
\$26.190	\$9.700	\$10.410	\$9.530	\$7.620
Añadir	Añadir	Añadir	Añadir	Añadir

Desarrollar contenido de producto para los puntos de contacto de las marcas y los eRetail



CONOCE EL NUEVO

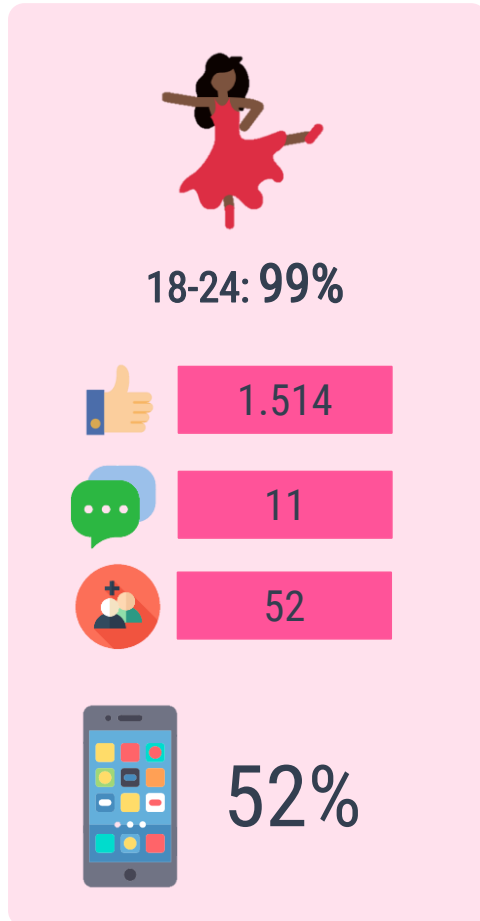
Pequeñín Premium touch
UN PAÑAL SUPERIOR

- Con materiales extra suaves.
- Absorción superior y máxima sequedad.
- Ajuste flexible.

Absorción superior
Materiales extra suaves
Ajuste flexible

¡Dale los detalles en Exit.com!

Incentivar la compra en línea en redes sociales



Nosotras (CO)
Publicidad · 🌐

¡¡Sólo por hoy!!* Compra tu Jabón Líquido Corporal Nosotras x150ml en el Éxito y lleva otro completamente gratis 😊

* Válido sólo por 28/02/2018. Promoción sujeta a inventario. Sólo para referencias de Jabón Corporal Nosotras x 150ml.

Paga 1 Lleva 2

Promoción Aniversario éxito

1627
50 comentarios · 20 veces compartido

Me gusta · Comentar · Compartir

Detailed description: This is a screenshot of a Facebook post. The post is from 'Nosotras (CO)' and is a paid advertisement. The text promotes a 'Buy one, get one free' offer for Nosotras liquid soap. The main image shows two bottles of soap. Below the image, there are engagement metrics: 1627 reactions, 50 comments, and 20 shares. At the bottom, there are icons for 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir'.



\$35USD

\$0,01 CPE



Podemos aumentar la atención del cliente y la visibilidad del producto al aumentar el contraste de las imágenes.

¡Los resultados se ven!



Post Orgánico



Reach
2.444



Reactions
122
Comments
35

Nosotras
20 de abril a las 9:21 · 🌐

¡¡ Súper promo!! ❤️ Compra un Jabón Corporal Nosotras x 150ml y lleva la segunda unidad de la misma referencia con el 50% de descuento. Promoción válida del 19 al 25 de abril de 2018. Aplica para todas las tiendas ara del país 😊

50%* Dcto segunda unidad

ara
Alegria al mejor precio

*Compra 1 Jabón Corporal Nosotras x 150ml y lleva la segunda unidad de la misma referencia con el 50% de descuento. Promoción válida del 19 al 25 de abril de 2018. Aplica para todas las tiendas ara del país.

Me gusta Comentar Compartir

Tú y 66 personas más Más relevantes

Lo que tienen para decir

Diana Marin · Nosotras (CO)
20 de abril a las 16:59 · 🌐

Holas chicas feliz viernes 🙌🙌🙌🙌🙌 les comento que no dude en hacer la compra y aprovechar la gran promoción que nosotras nos ofrece con este jabón corporal ❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️❤️🙌🙌🙌🙌🙌

by: dianis marin

Indica que algo te gusta y comenta como Nosotras

Me gusta Comentar Compartir Mensaje

Isabella Garcia Romero, Marialeja Madrigal y 10 personas más Más antiguos

Ver 4 comentarios más

Campañas



Comunicaciones más eficientes desde nuestras marcas

- Agencia de medios
- Alianzas con Facebook y Google
- Tableros de seguimiento digital

Estrategia de compra unificada



Hemos decidido trabajar con un socio que tiene todas las capacidades para acompañarnos en este proceso y ser más eficientes en nuestra estrategia y ejecución de medios.

Prioridades

- Unificar toda nuestra estrategia de compra de medios digitales
- Construir una línea base de medición (métricas & KPIs)
- Eficiencia de la pauta, control del fraude y foco en los objetivos de negocio
- Pauta programática basada en nuestras audiencias

Objetivo

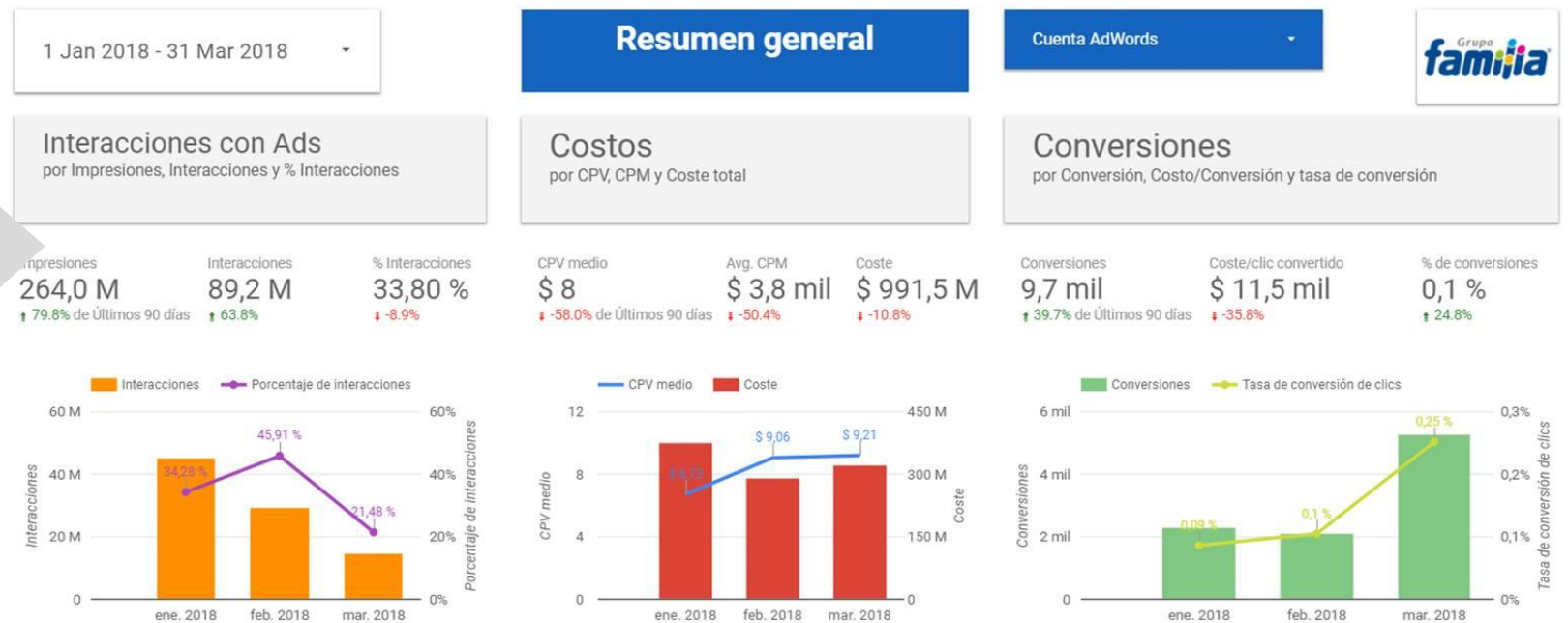
Eficiencia en la
inversión en
pauta digital:
8%

Tableros de seguimiento de campañas y pauta



Google Data Studio

Nuevos reports interactivos para hacer seguimiento de pauta digital en tiempo real



Pequeñín llega a tu casa

Resultados de la Prueba piloto:

Octubre 2017 Marzo 2018

2.495

Usuarios únicos

3.061

Pedidos

7.187

Redenciones totales

3'492.395

Puntos redimidos

Impacto en los KPIs

26.72%

Incremento e redenciones

¿Quién?

Mujeres: 18 – 35 años con hijos entre 0 y 36 meses que hacen parte del Club Pequeñín

¿Qué?

Todos los miembros del Club Pequeñín pueden redimir premios sin tener que salir de casa y así poder disfrutar de más tiempo con su bebé

¿Cómo?

Comunicamos a todos los miembros la nueva forma de redimir los premios del Pequeñín Club a través de medios digitales: correo electrónico, redes sociales, SMS y otros.

Este mes estaremos también en Bogotá y Cali con 3 nuevos medios de pago:

- Tarjeta Débito
- Tarjetas Crédito
- Baloto y Gana

¡Tenemos una gran noticia!
Pequeñín llega a tu casa

¡Ahora los premios físicos de nuestro catálogo los puedes redimir virtualmente!

hagámoslo juntos
Pequeñín

Grupo **familia**

Ventas Online



Incrementando nuestras ventas Online

- Priorización de eRetailers
- Roles de los eRetailers
- Catálogo de productos y modelados

Entendimiento y priorización de canales



Células de integración Digital

Decisiones más rápidas y alineación de recursos



- Business Analytics
- Trade Marketing
- IT
- Ventas
- UEN

Catálogo de productos

Mayo
2018



Se desarrolló una aplicación colaborativa para centralizar la información y contenido de los productos

- Descripciones.
- Fotos.
- Beneficios.
- Información técnica
- Información legal

Optimización de imágenes y modelados

(6 Meses Mayo-Octubre)

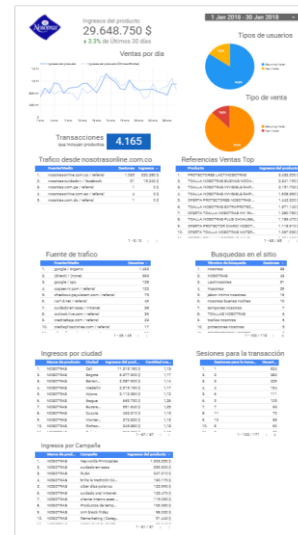
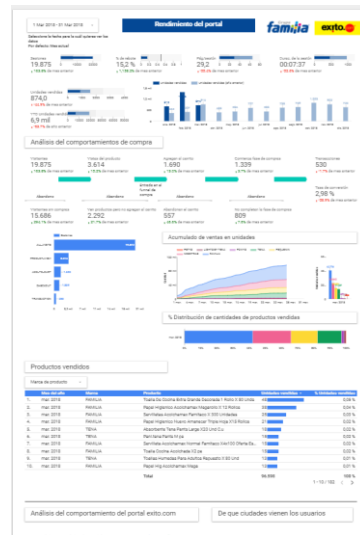
Más de 300 imágenes y productos para ser exitosos en la venta en línea de nuestros productos



Seguimiento de objetivos

Informes de resultados por cliente (Sell Out).

- Tráfico
- Conversión
- Venta promedio
- Sku's,
- Promociones
- Devoluciones



Resultados y ejecución

100% Fde cobertura de Familia en los top 10 eRetails

56% incremento en ventas 2017 Vs 2016.
*En 2 los 2 clientes top

60% del portafolio objetivo en los canales digitales

+ U\$ 800 K Ventas en el 2017

Analítica Digital



Decisiones más rápidas y mejores basadas en datos

- Priorización de eRetailers
- Roles de los eRetailers
- Catálogo de productos y modelados

Consolidar nuestro propio DMP

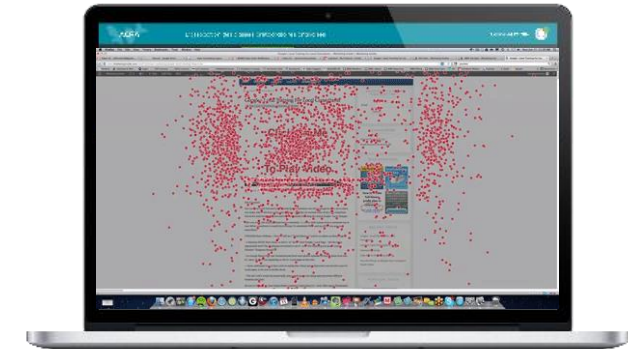
Hemos estado recolectando datos de interacciones durante más de un año lo que nos ha permitido tener una entendimiento profundo de nuestros clientes y segmentarlos según el comportamiento sus patrones de comportamiento

Prioridades

- Integrar nuestra información con otras herramientas de pauta
- Escalar las capacidades de nuestro DMP a otros portales
- Desarrollar las capacidades necesarias para llegar a las audiencias correctas



1st Party Data

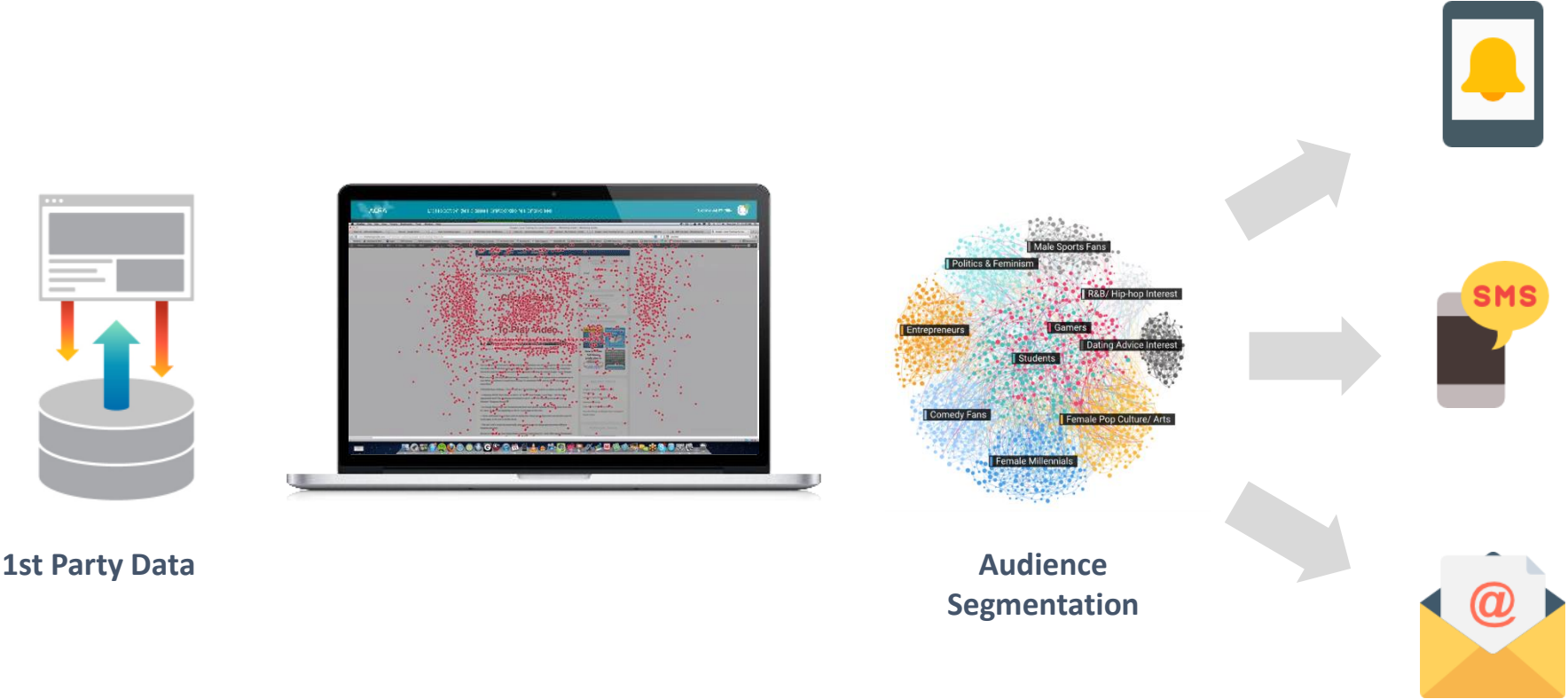




Renovando nuestro Core tecnológico

- Diseño de una estrategia de renovación tecnológica
- Organizar nuestros datos

Habilitar nuestra tecnología para Marketing Uno a Uno



¡Gracias!