

mercadotecnia **publicidad** medios Merca 2.0[®]

Año 23 No.268, junio 2024 \$100.00

líderes en mercadotecnia, publicidad y medios

www.merca20.com



DIGITAL MARKETING LEADERS Pág 48



ROBERTO ROCK, PRESIDENTE DE LA SOCIEDAD INTERAMERICANA DE PRENSA.

MEDIA PEOPLE

Roberto Rock

Destaca por su dedicación y liderazgo que continúan inspirando a nuevas generaciones de periodistas. **Pág 44**

MERCADOTECNIA

Campañas de Publicidad

Las campañas publicitarias sirven como un barómetro para la innovación y conexión de las marcas. **Pág 20**

PUBLICIDAD

El arte del storytelling

Las emociones son parte importante en el proceso de crear una conexión entre los consumidores y una marca. **Pág 42**



HÉCTOR BETANCOURT, SR. MANAGER MARKETING COMMERCE MÉXICO DE MERCADO LIBRE.

INVESTIGACIÓN MARKETING SENSORIAL

El futuro del *marketing* sensorial en línea es relevante para las marcas. **Pág 98**

EN ESTA EDICIÓN...

NETWORKING HALL TECNOLOGÍAS EMERGENTES

La adopción de tecnologías emergentes en la publicidad está mejorando la eficiencia de las campañas. **Pág 38**

ADVERGAMING, CAMPO EN EXPANSIÓN

El *advergaming* se posiciona como una de las estrategias de *marketing* más prometedoras para 2024. **Pág 46**

EL IMPACTO DEL NEARSHORING

La globalización ha impactado en la forma en que operan las empresas minoristas. **Pág 88**

HACEMOS MEJORES CIUDADES

EL MEJOR ALCANCE Y FRECUENCIA EN VÍA PÚBLICA
35 MILLONES
DE PERSONAS EXPUESTAS SEMANALMENTE

IMU COMERCIAL
WWW.IMU.COM.MX

00268
7 254534 196521
REVISTA MERCA 2.0 ED. 268 PVP \$100.00 M.N.



DIGITAL MARKETING LEADERS

Con entrevistas exclusivas, este artículo no solo celebrará los logros de estos líderes, sino que también ofrecerá una guía valiosa para las próximas generaciones de profesionales del *marketing* que aspiran a dejar su marca en la industria digital Por Mesa Editorial

En la dinámica y vertiginosa era digital de hoy, los líderes en *marketing* digital se encuentran en la línea del frente, moldeando la forma en que interactuamos con las marcas en todo el mundo. Desde estrategias innovadoras hasta la implementación de tecnologías avanzadas, estos pioneros no solo están anticipando

las tendencias, sino que las están creando. En este artículo, exploraremos cómo los líderes del *marketing* digital están transformando el panorama de la publicidad y la interacción del consumidor a través de su visión y ejecución excepcionales.

En esta edición 33 líderes de *marketing* digital nos muestran

con un enfoque particular las tácticas que les han resultado exitosas, así como en los desafíos que enfrentan en un mercado en constante evolución, proporcionaremos una visión interna de las mentes más brillantes del sector y cómo su trabajo está definiendo el futuro del *marketing*. ■

KARLA GONZALEZ

CRO (CHIEF REVENUE OFFICER)
ABCW DIGITAL

Desde hace siete años, Karla ha liderado equipos de alto rendimiento en ABCW, impulsando el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio y ofreciendo una propuesta de valor única que asegura una grata experiencia de compra y servicio al cliente. "Ninguna posición había sido tan retadora como ser CRO de ABCW, pero tampoco tan satisfactoria," comenta sobre su rol actual. Este éxito se ha sustentado en una estrategia sólida, un servicio al cliente excepcional, eficiencia operativa y una cultura de empatía, pilares que han permitido a ABCW y sus marcas prosperar.

En cuanto a las habilidades cruciales para su éxito, Karla menciona la perseverancia, lealtad, dedicación, compromiso, responsabilidad y una actitud proactiva y positiva como sus brújulas en momentos difíciles. Estas habilidades, según ella, son esenciales para sobresalir en una industria tan competitiva como la del marketing digital. Además, resalta la importancia de la adaptación y el aprendizaje continuo, especialmente con los rápidos avances tecnológicos y los cambios en las preferencias del mercado.

Mirando hacia el futuro, Karla identifica varias tendencias emergentes que los profesionales del marketing deben tener en cuenta. Entre ellas, la inteligencia artificial y la automatización, que permiten una personalización más profunda y análisis de datos avanzados, así como la publicidad en CTV, OTT y streaming, que está transformando los hábitos de visualización y las métricas para anunciantes.

La integración completa de la IA en todas las facetas del marketing, la realidad extendida (XR) como una herramienta dominante y un renovado énfasis en la sostenibilidad y responsabilidad social son tendencias que, según Karla, moldearán el panorama del marketing digital para 2030. Las agencias que logren adaptarse y aprovechar estas tendencias estarán mejor posicionadas para sobresalir en el mercado.

En ABCW, Karla ha promovido la inversión en formación y capacitación en tecnologías disruptivas, la integración de la IA en las operaciones y el desarrollo de servicios basados en IA. Además, ha enfatizado el enfoque en la creatividad humana y la estrategia, considerando que, aunque la IA puede automatizar muchas tareas, la creatividad y el pensamiento estratégico humanos siguen siendo fundamentales. ■

**"LOS PROFESIONALES DE
MARKETING DIGITAL NECESITARÁN
ESTAR DISPUESTOS A ADAPTARSE AL
CAMBIO CONTINUO Y DESARROLLAR
ESTRATEGIAS PARA APRENDER
CONSTANTEMENTE NUEVAS
HERRAMIENTAS"**

ADAPTABLE **B**RILLIANT **C**REATIVE **W**ORLD-CLASS

Los líderes sabemos marketing
de la A a la W.

CREATIVITY · WEB-APP TECHNOLOGY · STRATEGY AND DIGITAL TRANSFORMATION
INBOUND MARKETING · MEDIA BUYING · CONTENT · BRANDING · ORM · PRODUCTION



ABCW 



Changing the rules

www.abcdigital.mx

US Doral, Miami
+1 (305) 721 3023

MX Polanco, CDMX
(52) 55 8661 9247

COL El Chicó, Bogotá
57 (601) 390-9561