



## CEO DIGITAL

Principios de marketing digital para la alta dirección

ISBN: 978-607-8704-538 impreso  
978-607-8704-545 ePub

FECHA: Agosto 2022

EDITORIAL: LID Editorial Mexicana

COLECCIÓN: Acción empresarial

EDICIÓN: 1era edición

FORMATO: Rústica con solapas e ePub

PÁGINAS: 192

PVP: 349 impreso, 210 ePub



## Autor



### Luis Badillo

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, cursó la maestría en Alta Dirección de la UNAM y el Programa de Alta Dirección del IPADE.

Es fundador y CEO de MCK (antes Masclicks) y tiene más de 17 años de experiencia en marketing digital. Fue presidente del Comité de Lineamientos y Mejores Prácticas de IAB México y es profesor para temas digitales de IAB México y AMVO.

Ha sido parte del Consejo Editorial del periódico Reforma y ha participado en proyectos de la industria como White Papers de Search, y Glosario Digital, entre otros. Ofrece conferencias en eventos del IAB, Merca2.0, UNAM, IPN, Tec de Monterrey, entre otros. Es creador del *podcast* CEO digital.

# Índice

- 1.- Prólogo de Claudio Flores Thomas
- Introducción
1. Definición de objetivos
- 2.- *See, think, do, care*, en detalle
3. Marketing táctico
4. Respuesta directa
5. El camino del cliente (*customer journey*)
6. Construcción de marca
7. Propiedades digitales
8. Esencia de la construcción de marca
9. Redes sociales
10. Contenido en redes sociales



# La obra

El uso del internet y los instrumentos digitales puede ser la diferencia entre el éxito o el fracaso de los proyectos empresariales. En este 2022, más que nunca, los directivos de las empresas deben de comprender, crear y dirigir la nueva y disruptiva tendencia de la gestión digital, que tuvo un vertiginoso impulso a partir de la pandemia de la COVID-19.

Luis Badillo, el autor de este libro, comenta en la introducción que su objetivo es abrir la mente de quienes toman decisiones empresariales, sobre todo los *C-level*, para comprender que el internet y el ámbito digital son relevantes y deben de incluirse en la estrategia empresarial como un modelo integral de comunicación digital y no como un tema aparte o aislado.

*CEO Digital* plantea cómo lograr un marketing digital efectivo y lograr el engagement deseado en esta era en la que recibimos más de diez mil mensajes diarios y constantes distractores que nos invitan a comprar, visitar, experimentar, crear, etcétera.

El establecimiento de estrategias en el entorno digital es importante para generar conversaciones relevantes con las audiencias a través de la red, por lo que es recomendable establecer objetivos claros del negocio, elegir cuidadosamente a los públicos, alinear plataformas, crear planes de medición, definición de objetivos SMART, plantear objetivos de marketing táctico, buscar mecanismos de respuesta directa, definición de palabras clave y del *customer journey*, construcción de marca, entre otros planes para implementar.

Este libro es de especial relevancia para las empresas mexicanas ya que el autor es un gran conocedor de los temas digitales en nuestro país. Durante el 2019, antes de la pandemia, México, fue el país en donde más creció la penetración del comercio electrónico; mientras en el resto del mundo el crecimiento osciló en torno a 20%, en México fue de 35%. La pandemia causó que se acelerará el crecimiento, aún más, de las ventas online en los dos años subsecuentes, tanto que 47% de las personas que usan internet incrementaron las compras en línea a partir del 2020, además del uso de éste para el entretenimiento, el trabajo y la educación.

Hoy vamos a una economía directa, orientada hacia las personas, lo que ha generado nuevas formas de comunicarnos, creando un diálogo que debe ser interactivo, multidireccional y en tiempo real. También existen nuevos esquemas de comunidad y de distribución, con servicios como Airbnb, en el que una persona puede administrar un espacio físico y, al mismo tiempo, ser cliente. La delgada línea entre “ofrecer” y “consumir” desaparece gracias a la tecnología.

Conforme avanza *CEO Digital* el lector se familiariza con las últimas tendencias del marketing digital y nos ofrece ideas, consejos, fórmulas, recomendaciones prácticas para el mejor diseño y operación de la estrategia digital en la empresa, más allá de su tamaño y campo de acción. Nos enseña a escuchar a los clientes antes de reaccionar a los objetivos comerciales o a imitar a la competencia y a no perder de vista que, al final, los ganadores deben ser los consumidores antes que las marcas.

Por su claridad y fluidez *CEO Digital* se lee de corrido, y está destinado a convertirse en un libro de consulta constante para los directivos de empresas de todos los tamaños.

# Contacto

Bertha Herreras  
bertha.herrerias@lidbusinessmedia.com  
Móvil: 55 41 90 96 02