

MARKETING DE GUERRILLA

HAZ LA
GUERRA



con

Paco Lorente (@fjlorente)

Rosalía López (@Rosalía_Lopez)



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

Perseguidores de sueños



***Espíritus libres
del amor***



BUEN

ROJO



Marketing convencional vs. Marketing below the line

EL MARKETING CONVENCIONAL...

son medios
tradicionales
(TV, radio, prensa,
exterior...)

marketing
de la
interrupción

bombardea
al
usuario

marketing
del
vendedor
de "Kleenex"

CONSECUENCIAS...





Marketing convencional vs. Marketing below the line

SOLUCIONES...



Cambiar nuestra forma de pensar

Estudiar otras maneras de llegar
al consumidor

Pasar del vendedor de Kleenex
al hermano que te da
mucho amor.





Marketing convencional vs. Marketing below the line

EN MARKETING
NO CONVENCIONAL...



También
llamado "Below
the line"

Se utilizan todos
los medios
disponibles
(nuevos o
tradicionales) de
una forma distinta.



Smart Ideas for Smarter Cities

Sitting on a smart idea for your city?
Share it at people.ibm.com/smartercities.com





Marketing





¿marketing de guerrilla?



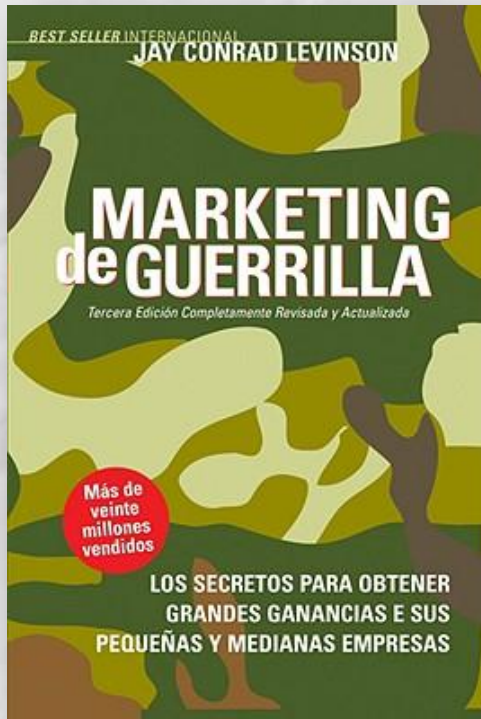
- Sorprender al consumidor de una manera grata y sin invadirlo
- Sin ser esperada, de forma sorpresiva, generando atención
- Aquí no hay ningún medio al que pagarle, por lo que el presupuesto a marketing se le da un respiro



Como todo, hay un origen

Jay Conrad Levinson popularizó este término en 1984 en un libro titulado con el mismo nombre...

Por lo tanto, estamos hablando de una manera de hacer relativamente joven, ¡cuánto nos queda por aprender!



Yo he venido a
hablar de mi libro!

¿Aún seguís pensando que
todo se basa en grandes
presupuestos?
CREATIVIDAD!!



Qué nos cuenta Jay en su libro

Está diseñado para empresas pequeñas con bajos presupuestos.
Debe estar enfocado a psicología humana más que a la experiencia.
Creatividad, imaginación, esfuerzo y tiempo priman más que la inversión.
Debe crear relaciones nuevas, pero enfocarse en las ya creadas.



No seamos soldados...
... Seamos Cupidos!!



FUCKING FLOWERS

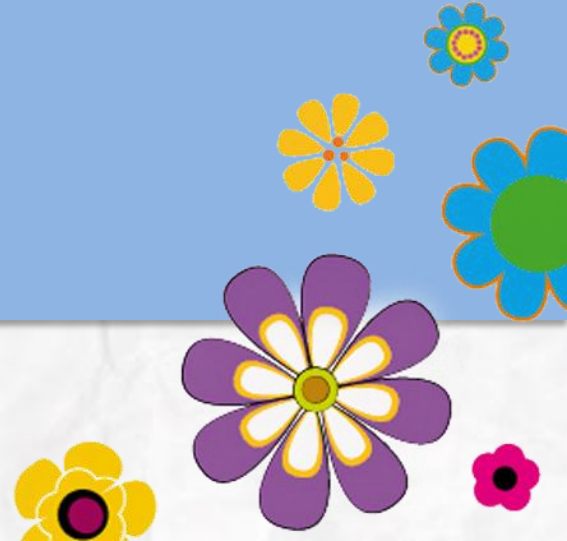




STREET MARKETING

salgamos a la calle

Del inglés “feed on the street”



En estos 25 años
hemos ahorrado
18 millones
de barriles Brent,
(2.461.640.000 litros
de petróleo) para un
verdadero desarrollo
sostenible.



INVESTUDOS
The Future is Now

Ejemplo: Día Internacional del Medioambiente. Grupo Soledad

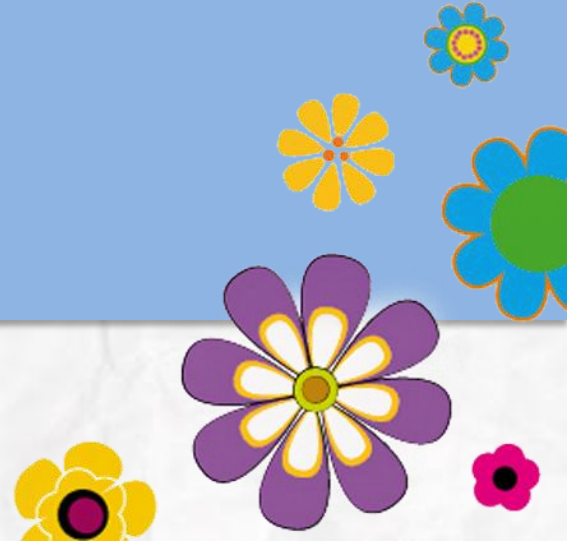


Clic para ver el vídeo [aquí](#)

AMBIENT MARKETING

Transformar el hábitat del consumidor

Hacer partícipe al consumidor







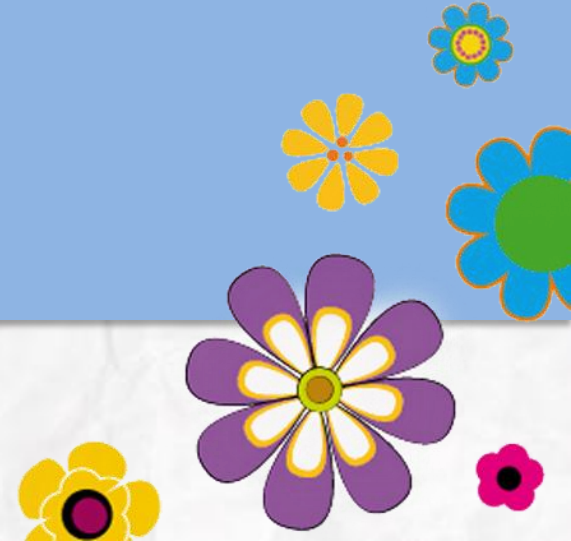




BUZZ MARKETING

Cuéntamelo al oído

Recomendaciones más allá de los medios tradicionales





Jonh...
¿Sabes qué?

¡¡¡Madre del amor
hermoso!!!

Ejemplo: TEDx Buenos Aires



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

MARKETING VIRAL

Vamos a explotar el uso de las Redes Sociales

Generar viralidad para tener repercusión



Ejemplo: En busca del mercurio perdido. Mutua Levante

En BUSCA
del MERCURIO
PERDIDO



#hombremercurio

Clic para ver el vídeo [aquí](#)

Ejemplo: Oficina do Açúcar



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

Ejemplo: Antiséptica home



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

Acciones de marketing de guerrilla en función del espacio

Outdoor

Toda acción de marketing de guerrilla que se desarrolla en el **exterior** de un espacio público.





A magnetic mat, shaped like a sunroof, placed on cars in parking lots of malls and restaurants.



Endless freshness 清新感觉 源源不断

目标

让目标消费者更直观的了解嘉绿仕特有的叶绿素带来的清凉感觉。

策略

把城市道路两旁的绿化带的一端，用与嘉绿仕包装一样的纸盒装上，并打开封口，整条绿化带就像从纸盒内发出的源源不断的清新气息。

效果

引起了众多行人的关注，并明显提升了产品在近期的销量。

Objective

To communicate Clorets's refreshing effect from its unique chlorophyll.

Strategy

To display a huge pack of Clorets at the end of the greenery podium. This is to create the effect that the refreshingly cool feeling of the greenery is coming out of the Clorets.

Result

It attracts the pedestrian and to strengthen the brand awareness as well as its sales around the same period of time.



Patlex

Patte

Patlex

Ejemplo: Coches fúnebres. MTV Madrid



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

Acciones de marketing de guerrilla en función del espacio

Indoor

Toda acción de marketing de guerrilla que se desarrolla en el **interior** de un espacio público.







Ejemplo: Seguridad vial



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

En función del presupuesto

Acciones Disney: Súper producciones que necesitan una inversión más elevada



Ejemplo: Frutería



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

En función del presupuesto

Acciones Ikea: Presupuesto bajo pero con una gran efectividad



Ejemplo: ¿No te acuerdas de mí?



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

Los zombies llegan a Yeeeccla!

SABOREA,
EXPERIMENTA
Y COMPARTE
EL MIEDO EN...

Picalastres

Del 31/10
al 04/11

Picalastres Cosmopolitanbar

A 820 personas les gusta esta página · 57 personas están hablando sobre esto

✓ Te gusta



Restaurante/Café

Plaza de La Concordia, 30510 Yecla, Murcia, Spain

690 84 52 33

Agrega tus horarios

Información



Fotos

820

Me gusta









La fusión entre el marketing de guerrilla y el marketing directo

Se producen mezclas entre esta forma de hacer marketing y otros tipos.

Un caso es el del marketing directo y de guerrilla, donde existen ciertas similitudes

Ejemplo: Carta de Picalastrés y los sentidos





Tendencias en marketing de guerrilla



Algunas acciones
de **marketing de guerrilla**
siguen “patrones” o
presentan similitudes.

No es nada nuevo, la
publicidad también lo
hace.



Esto da lugar a las
tendencias.



Tendencias en marketing de guerrilla

TENDENCIA 1. **LA CULTURA** **COMO** **FUENTE DE** **INSPIRACIÓN**

El **marketing de guerrilla** se puede fusionar con la **cultura** de una sociedad determinada.

Se asocia a **iconos e industrias culturales**, dependiendo del mensaje que quieran transmitir.

¡Esto no es nuevo!



Ejemplo: Ammar - Argentina

Ejemplo: Rijksmuseum – Países Bajos



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

Ejemplo: Scribe Billboard - México



Clic para ver el vídeo [aquí](#)



Tendencias en marketing de guerrilla

TENDENCIA 2. **LA ACCIÓN...** **¡AL LÍMITE!**

Se pone **al límite** la situación del consumidor,

Se llegan **momentos muy incómodos**.

El receptor, una vez entienda el mensaje publicitario, reaccionará con un **cúmulo de emociones** (sorpresa, enfado, risa...)

Test de estrés de Nivea - México



Ciudad de México.

Clic para ver el vídeo [aquí](#)

Ejemplo fallido: ¿Qué harías si fueras testigo de un crimen?



Clic para ver el vídeo [aquí](#)



Tendencias en marketing de guerrilla

TENDENCIA 3.
LO
ESCATOLÓGICO
Y EL SEXO...
MOLA

El **morbo** siempre ha estado en el marketing, la publicidad y otros muchos campos.

Puede ser **tendencia**, pero también es una **característica permanente** de la publicidad.

En marketing de guerrilla también **se recurren a estos temas** para crear impacto.



Ejemplo: Festival Pop Up Lisboa

Ejemplo: Pantallas incómodas de LG



Clic para ver el vídeo [aquí](#)



Tendencias en marketing de guerrilla

TENDENCIA 4.

EL FUTURO: EL MARKETING DE GUERRILLA INTELIGENTE

El futuro apunta hacia las **nuevas tecnologías**.

El marketing también se nutre de esto, a través de **acciones** que no sólo **comunican** sino que **solucionan** el día a día del público.

Pueden ser **soluciones sencillas** o **soluciones** muy complejas.

¿Será el marketing del futuro?

Ejemplo: Personas que te ayudan a “wasapear”



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

Ejemplo: Contenedor Poo Wifi de Terra



Clic para ver el vídeo [aquí](#)

Algunas claves...

1. Efecto sorpresa
2. Experiencia positiva: Marketing experiencial
3. Utilizar los 5 sentidos
4. Conseguir que el cliente se acerque para interactuar
5. Original y creativa
6. Llegar a lograr una emoción en la persona

1. **Gran impresión con bajo presupuesto**
2. **Llegar a subgrupos ignorados por la competencia**
3. **Clara identificación con la marca**
4. **Permite un contacto directo e interactivo**
5. **Pueden ser cubiertas por medios de comunicación**

Ventajas...



Casos extraídos de:

Ads of the world: <http://adsoftheworld.com/>

Brainstorm 9: <http://www.brainstorm9.com.br/>

Comunicadores: <http://www.comunicadores.info>

Comunikndo: <http://www.comunikndo.com>

La Caja de Inventia: <http://lacajadeinventia.blogspot.com.es>

La criatura Creativa: <http://www.lacriaturacreativa.com>

Merca20: <http://merca20.com>

Mutua Levante: <http://facebook.com/mutualevante>

Picalastrés: <http://facebook.com/picalastres>

Shot MCN: <http://www.shotmcn.com>

Una pausa para la publicidad: <http://unapausaparalapublicidad.wordpress.com>





AHORA OS
TOCA A
VOSOTROS...