

Desarrollo de la capacidad de marketing

Mayo de 2017



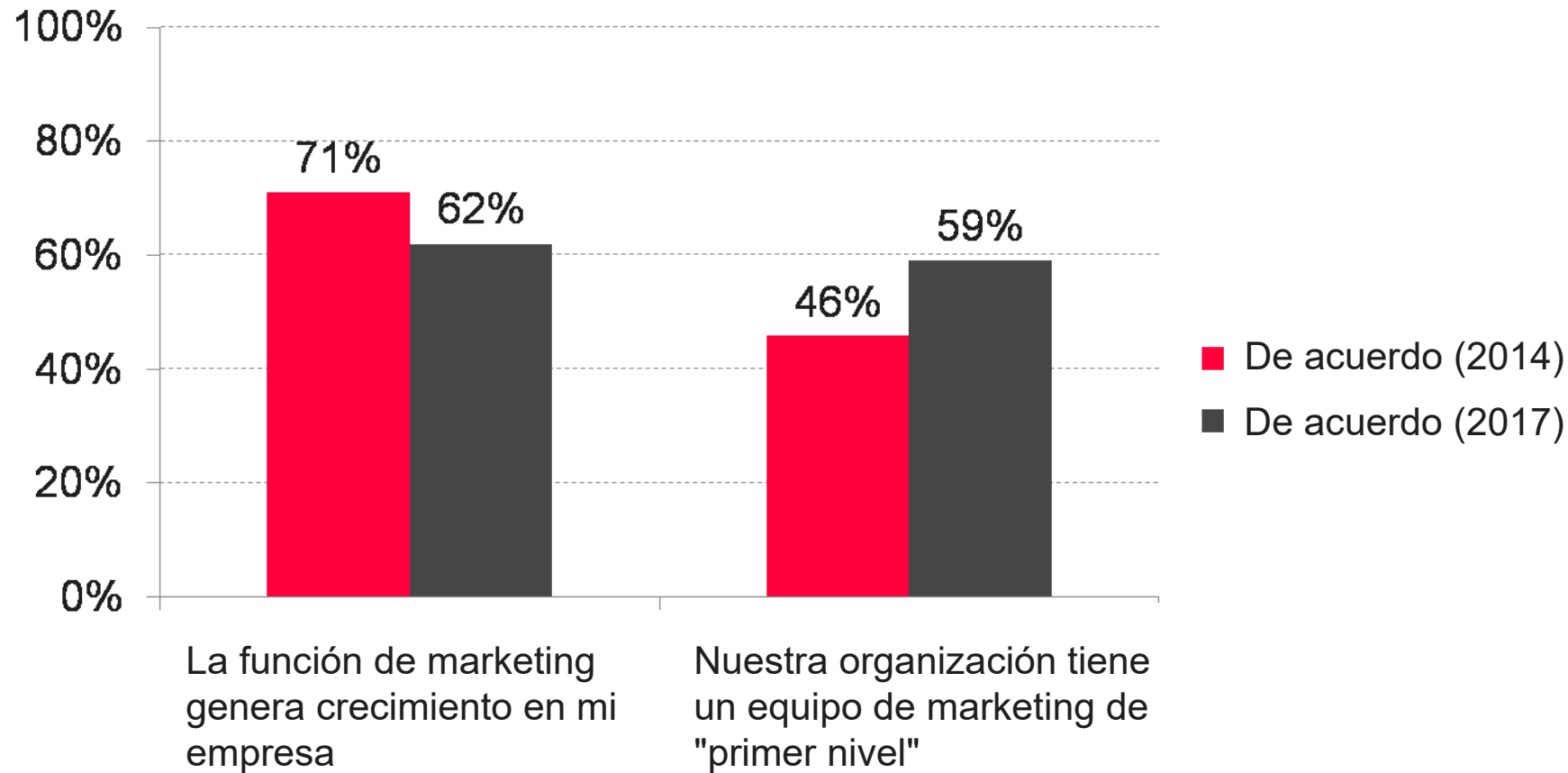
Base de encuestados





**En el ámbito empresarial:
definición, estrategia y
desempeño**

Mejora en la percepción del equipo de marketing con respecto a 2014

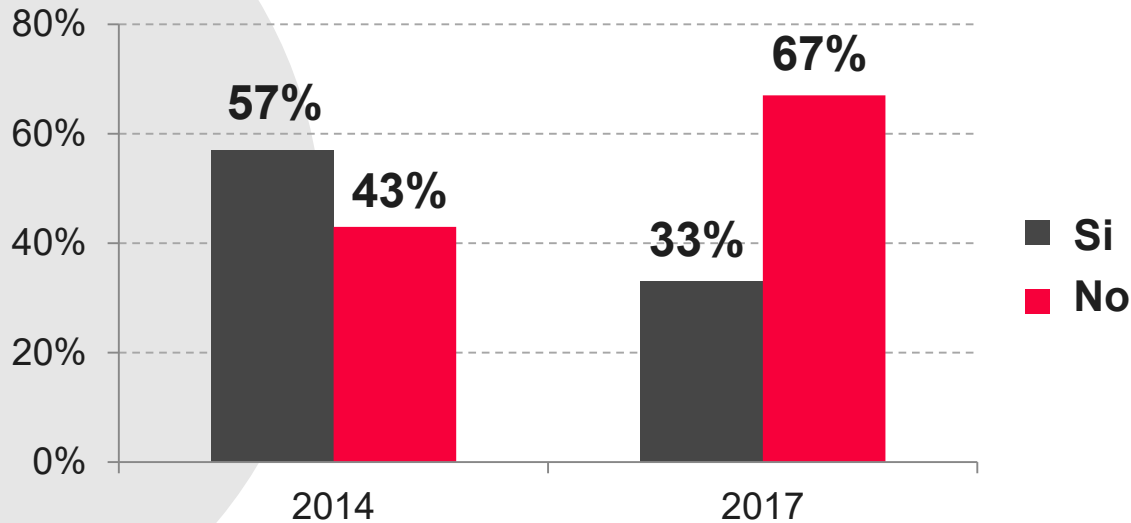


Fuente: Encuesta sobre el desarrollo de la capacidad de marketing. Base: 22. Fecha: mayo de 2017.

- P. Para cada una de las oraciones, por favor diga si esta de acuerdo o en desacuerdo.

La definición es cada vez más difusa

¿Su empresa tiene una definición clara de las "capacidades de marketing"?
De ser así, comparta su definición.



“Significa apostar más por la función del marketing (desarrollo de competencias, cursos de formación y herramientas, alianzas estratégicas...)”

“Competencias de comunicación y de marketing de marca y comercial posibilitadas por las herramientas y los métodos digitales basados en datos.”

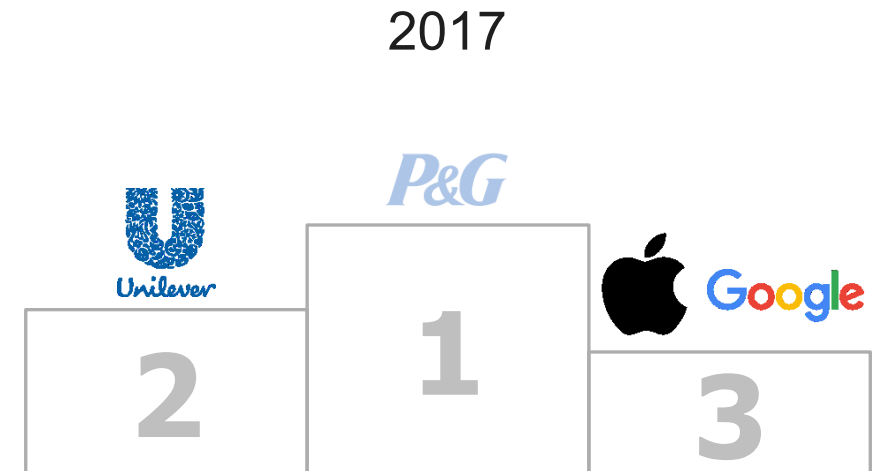
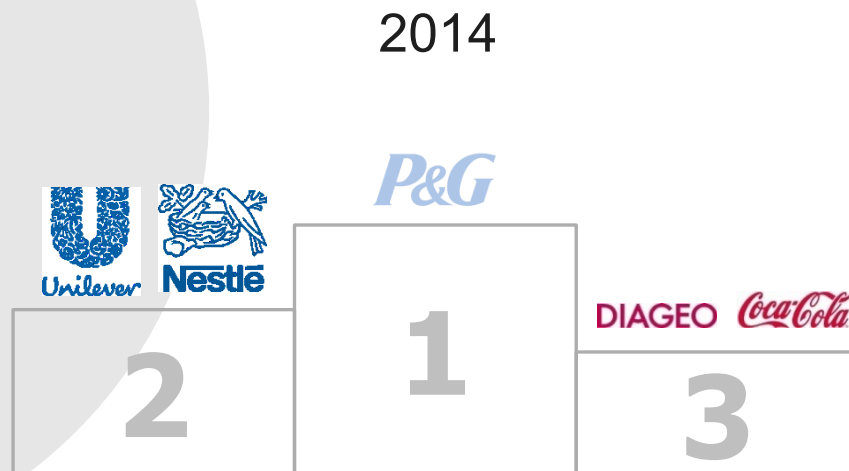
“Acumular experiencia funcional y desarrollar carreras profesionales. Tenemos 4 competencias de marketing: personal, marcas, negocio y activación. Todo nuestro currículo de formación se basa en esas 4 áreas, al igual que las experiencias de carrera profesional que fomentamos.”

“La empresa había distinguido claramente entre las funciones de marketing, marketing comercial, marketing de influencia y medios. El marketing se ocupa de crear las campañas y de diseñar las estrategias para llegar al mercado. Es el EJE de la rueda.”

“Estamos preparando a nuestro personal con tres o cuatro subdisciplinas de marketing que serán críticas en un plazo de 5 años a partir de ahora para soportar el crecimiento del negocio.”

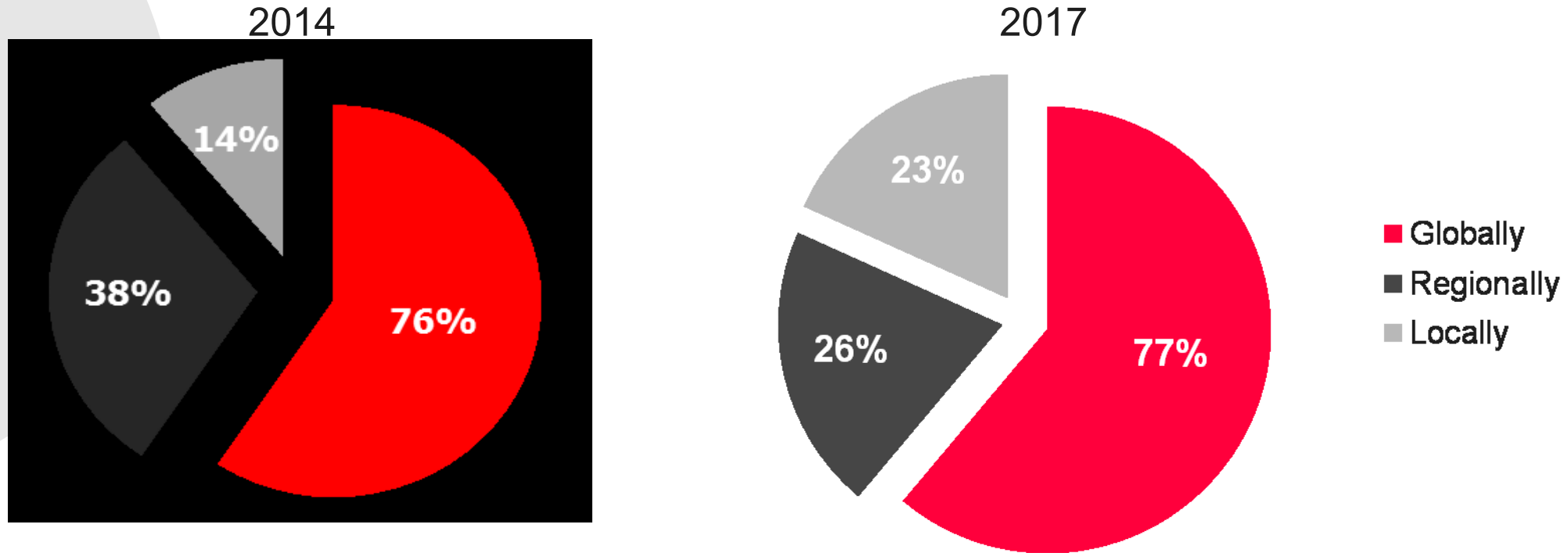
Empresas percibidas como las mejores en su área: las empresas tecnológicas entre las primeras clasificadas

¿Qué empresas percibe cómo las mejores en lo que se refiere a desarrollo de capacidad de marketing?

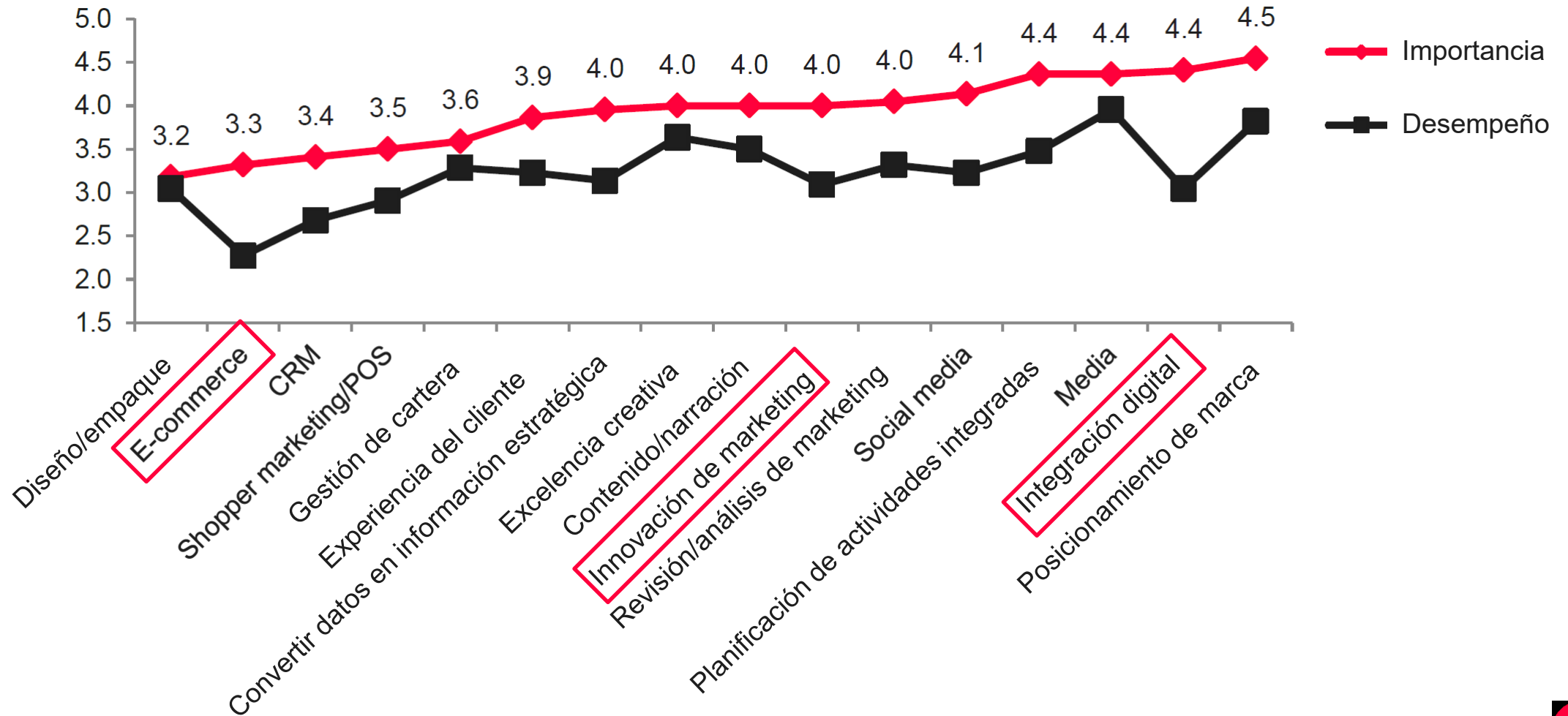


Los equipos globales siguen dirigiendo la estrategia. Equipos locales con más responsabilidad y menos para los regionales.

¿Su estrategia de la capacidad de marketing se desarrolla principalmente a nivel global, regional y/o local?
(marque todas las opciones que correspondan)



Prioridades vs. desempeño



P. Por favor diga hasta qué punto las siguientes áreas son importantes para su organización (1: no es importante, 5: prioridad alta)

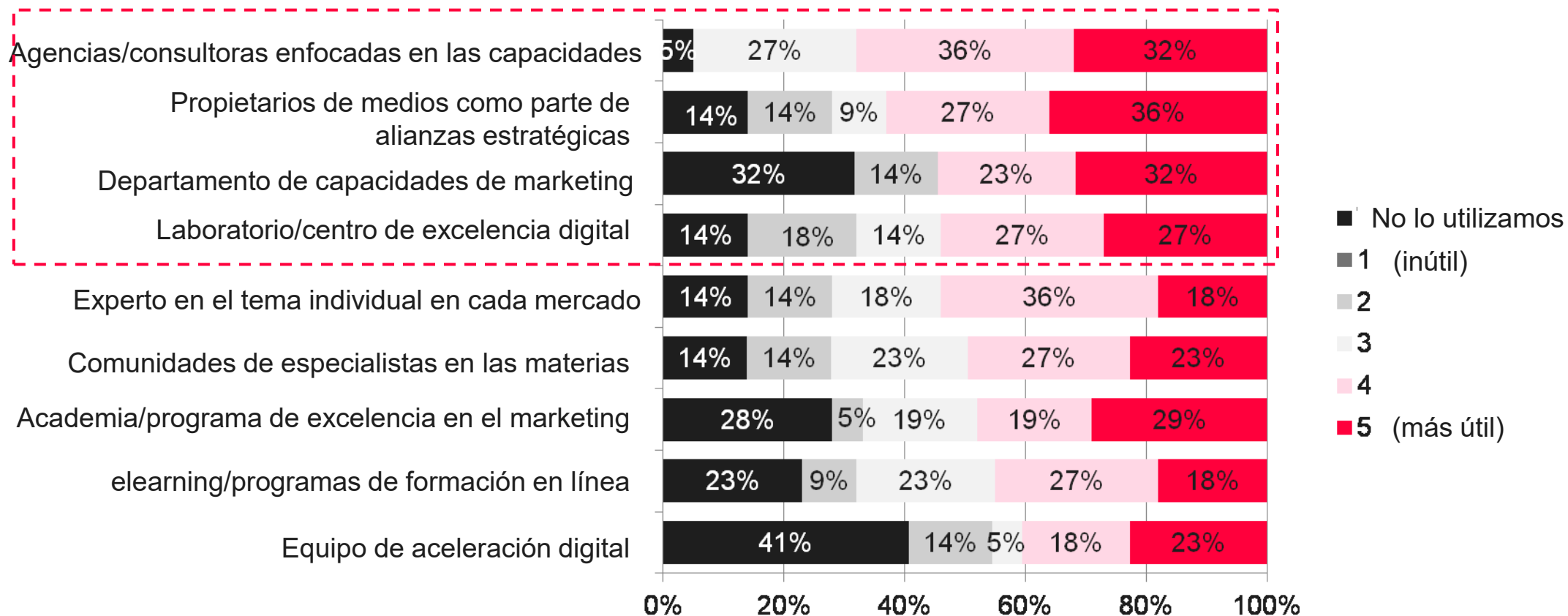
P. Por favor diga cómo calificaría el desempeño de su organización en las siguientes áreas.



**La función del marketing:
estructura y procesos**

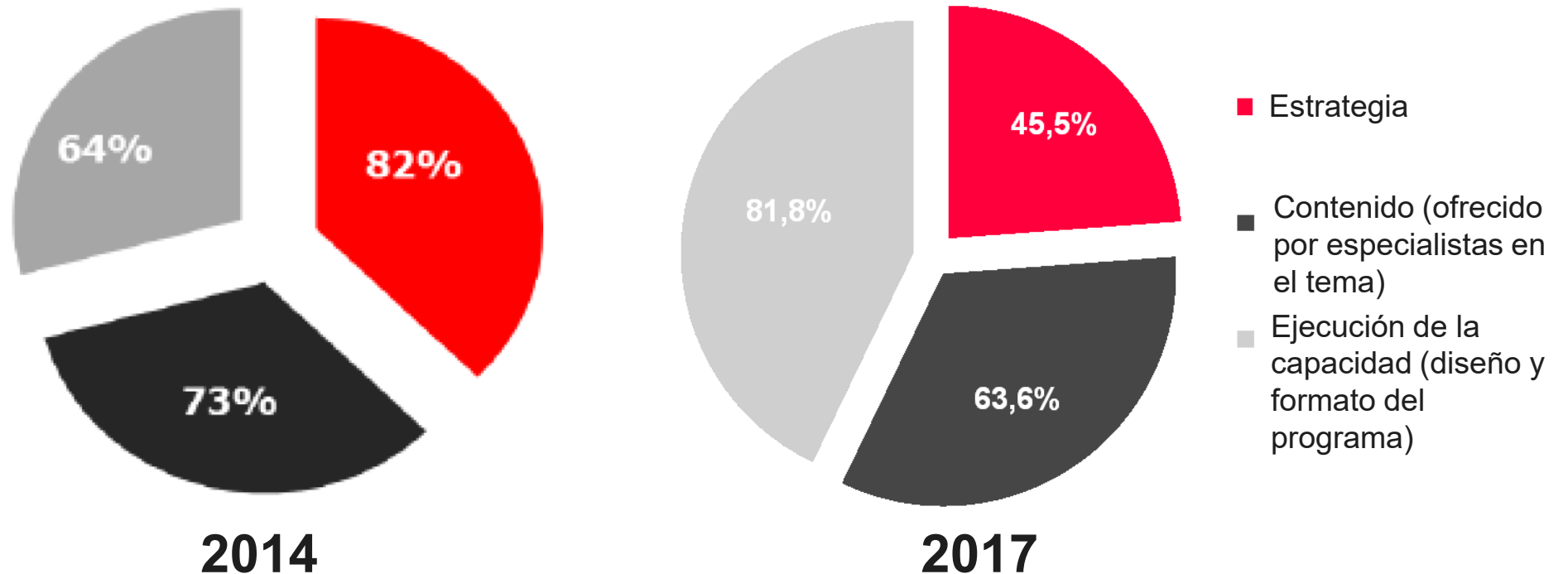
Los colaboradores externos son vistos como contribuyentes clave en prog. de capacidades de mk.

Si usa alguna de las funciones o configuraciones siguientes, indique en qué medida contribuyen a su programa de capacidad de marketing.



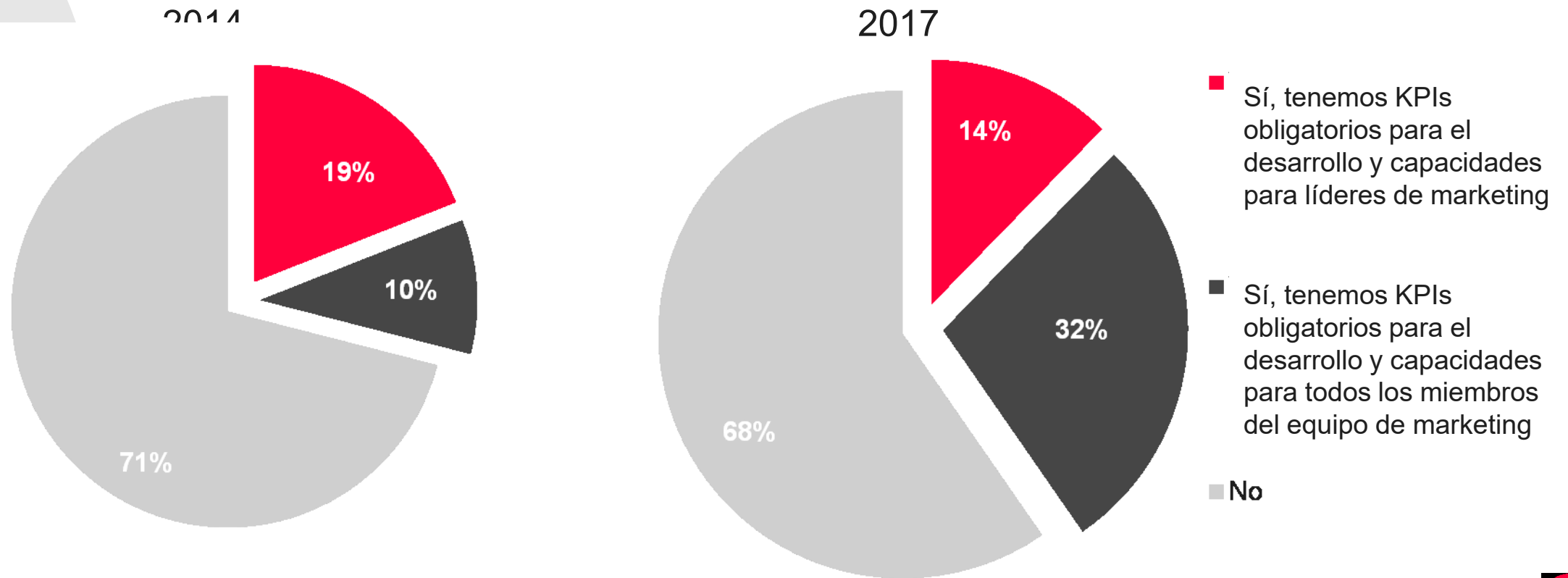
Cómo se emplean los colaboradores externos: ejecución de la capacidad de marketing

Si ha trabajado con colaboradores externos enfocados al desarrollo de la capacidad de marketing, en qué le ayudaron.



Los miembros de la WFA muestran mejores resultados, pero sigue habiendo mucho margen de mejora

¿Está usando indicadores clave de desempeño para controlar el progreso de su desarrollo de la capacidad de marketing?



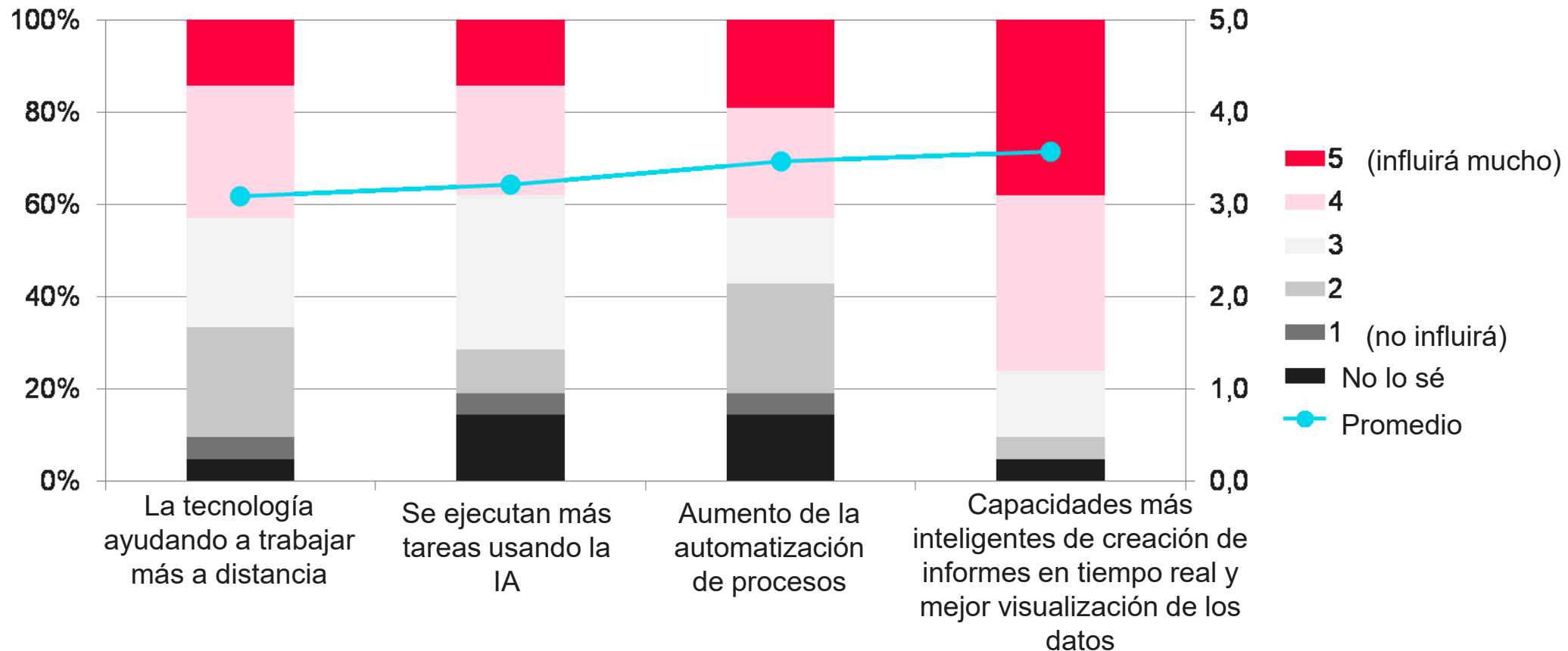
Fuente: Encuesta sobre el desarrollo de la capacidad de marketing. Base: 22.



**Tendencias emergentes y el
impacto en su negocio**

Mayor impacto : Capacidades para la creación de informes en tiempo real y visualización de datos

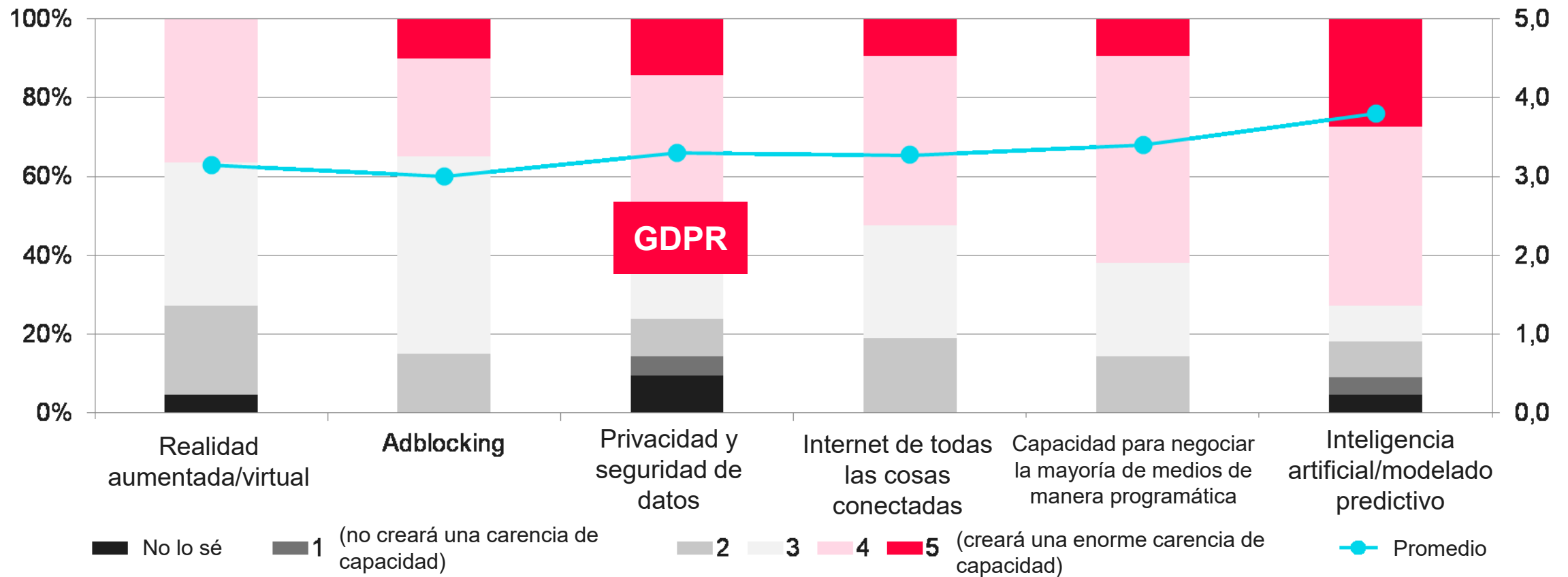
¿Cuáles de las áreas siguientes facilitadas por los avances tecnológicos, digitales y en los datos cree que tendrán el mayor impacto en el tamaño y la forma de sus equipos?



Fuente: Encuesta sobre el desarrollo de la capacidad de marketing. Base: 22. Fecha: mayo de 2017.

Los responsables de marketing no están preocupados por las carencias de capacidad en realidad aumentada/virtual. Pero no sucede lo mismo con la inteligencia artificial.

Mirando al futuro, ¿cuál de los siguientes elementos cree que representa la mayor carencia de capacidad?

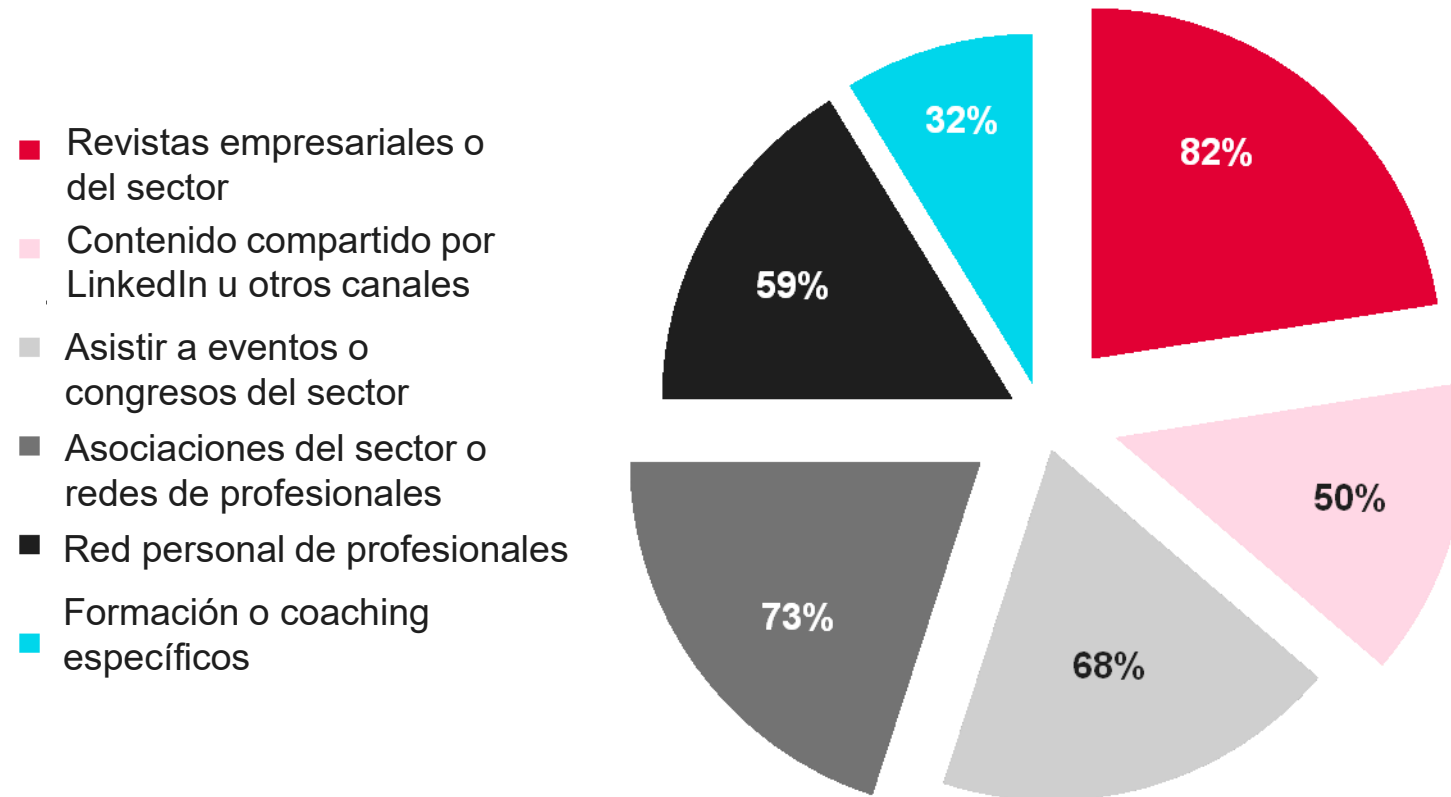


Fuente: Encuesta sobre el desarrollo de la capacidad de marketing. Base: 22. Fecha: mayo de 2017.



Los responsables de marketing recurren principalmente a iniciativas y contenido del sector para seguir el ritmo de las tecnologías más recientes.

¿Dónde busca información y conocimientos sobre las tecnologías más recientes?





World Federation of Advertisers
Londres, Bruselas, Singapur

wfanet.org
info@wfanet.org
+32 2 502 57 40

twitter @wfamarketers
youtube.com/wfamarketers
linkedin.com/company/wfa

