



# Vivir tanto tiempo sin agilidad

Christophe Martinot

Miércoles 23/03/2021

# Christophe Martinot



**Christophe Martinot**  
christophe@agilesherpas.com



Agile coach & Trainer Agile Sherpas



ICAgile Certified Instructor ICP-MKG & ICP- LEA



- Certified Professional in Leading with Agility (ICP-LEA)
- Certified Professional in Marketing Agility (ICP-MKG)
- Accredited Scrum Master (SCM -Scrum Alliance)
- Lean Change Management Agent (LCM)

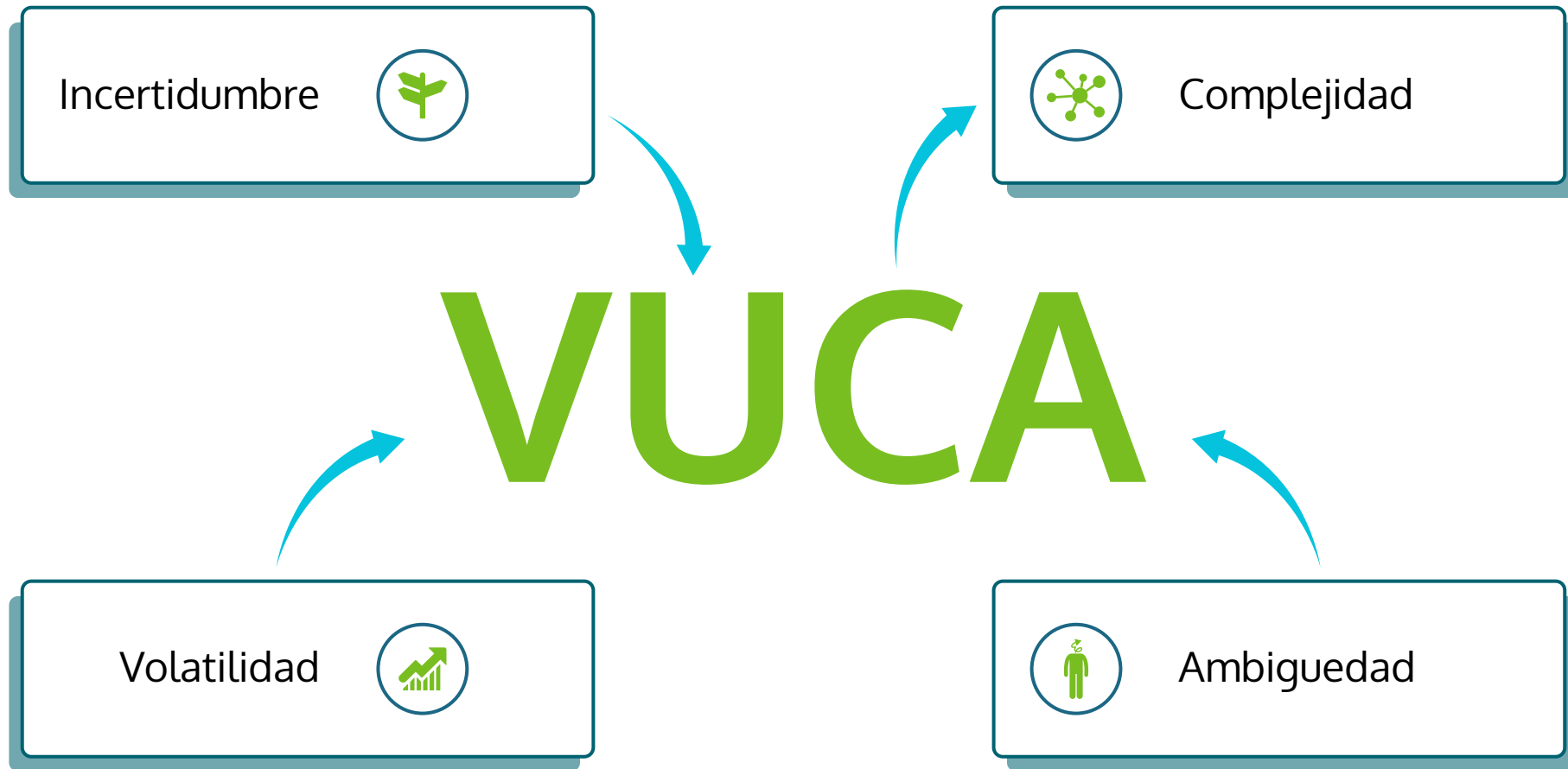


20+ Marketing Leader experience in FMCG, Medical device, pharma and global marketing & communication  
Strategic planning consultant for companies in USA, UK en Europe

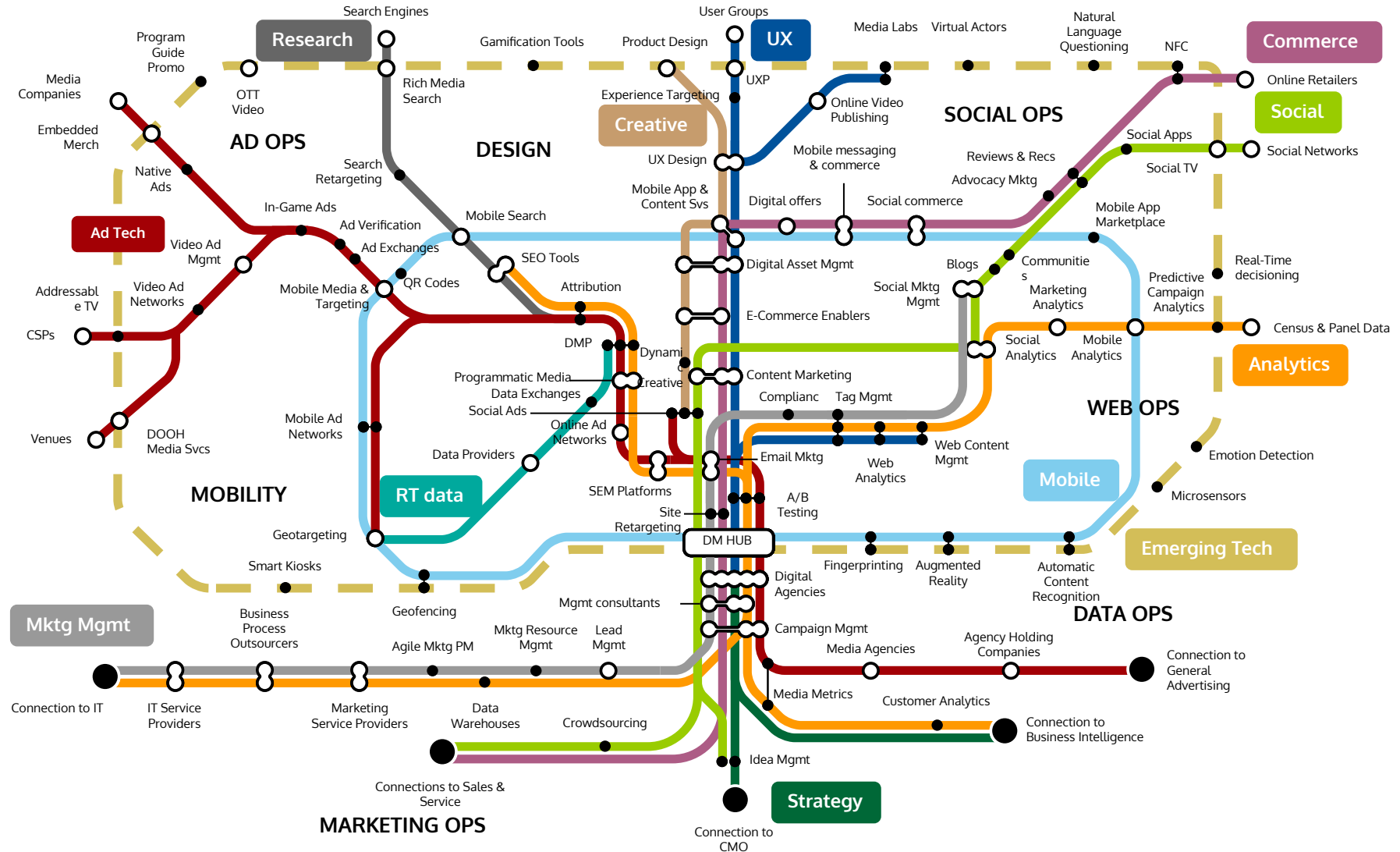


**Erase una vez  
un marketero...**

# Nuestro entorno cambia continuamente



# El Marketing cambia y se complexifica...



**Pero NO la forma de gestionarlo...**



# Perdida de



**Tiempo**



**Dinero**



**Energía**



¿Existe una forma mejor de trabajar?



# Métodos ágiles de innovación

“Los métodos ágiles de innovación ...  
en los últimos 25 a 30 años han:



aumentado en gran  
medida las **tasas de éxito**  
en el desarrollo de  
software,



mejorado la **calidad** y la  
**rapidez** de lanzamiento  
al mercado,



y ha impulsado la  
**motivación** y la  
**productividad** de los  
equipos de IT.”

Embracing Agile How to master the process that's transforming management By Darrell K. Rigby, Jeff Sutherland, and Hirotaka Takeuchi



**Agilidad + Marketing = ?**



MITOS

# Los Mitos del Marketing



Los clientes saben lo que quieren



Los marketers saben como proporcionarselo



No cambia nada en el proceso

REALIDAD

# Los ~~Mitos~~ del Marketing

## Realidad



Descubren

Los clientes ~~saben~~ lo que quieren



Descubren

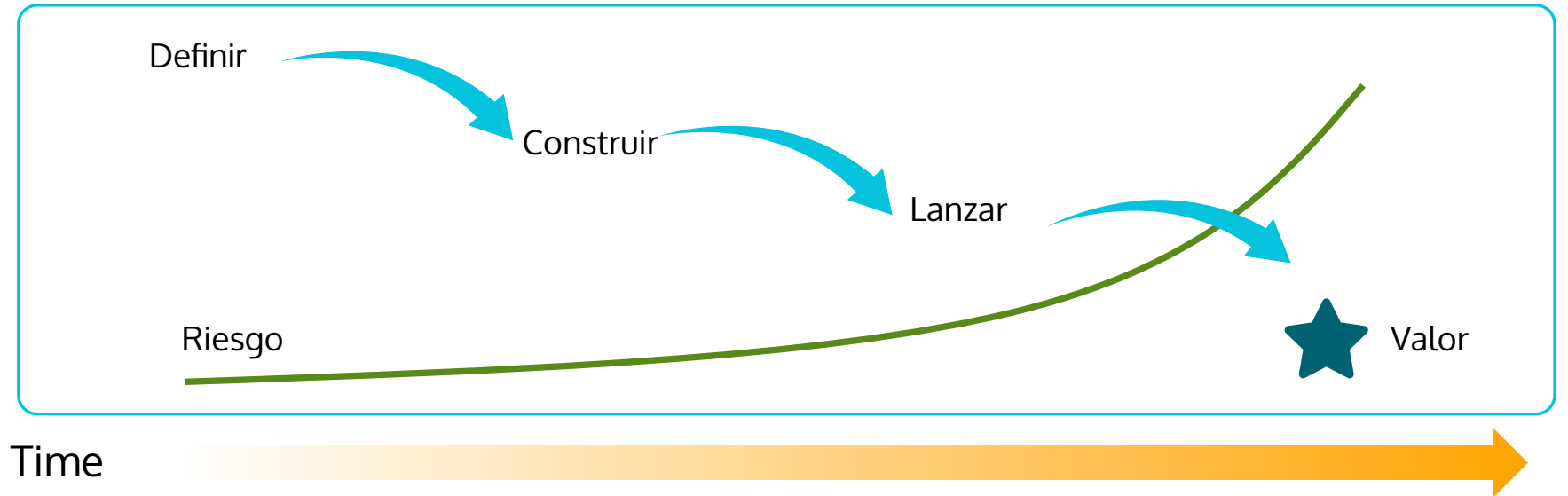
Los marketers ~~saben~~ como proporcionarselo



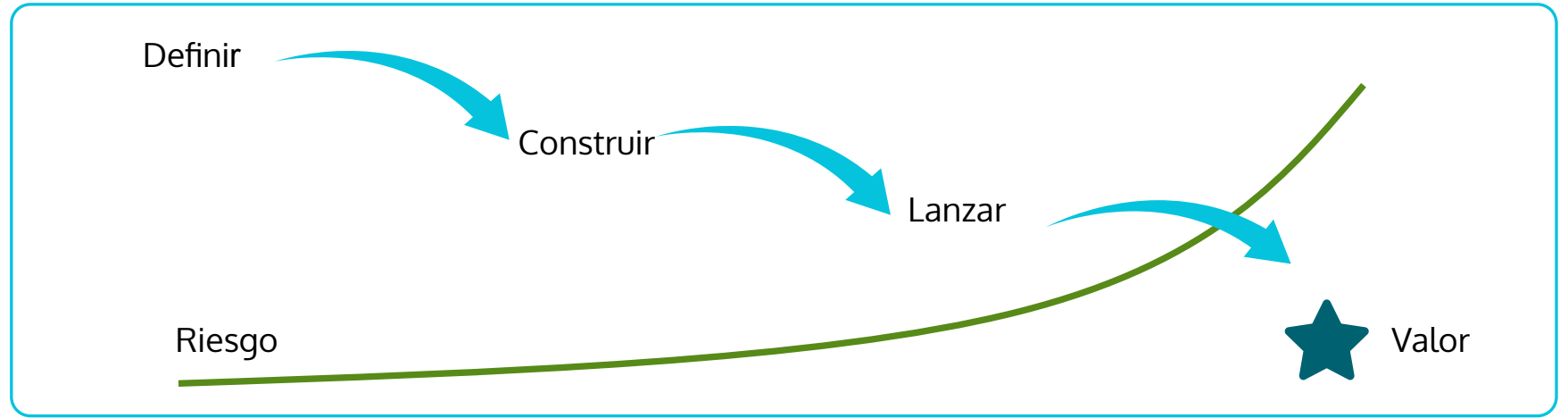
Preve algunos cambios

~~No cambia nada~~ en el proceso

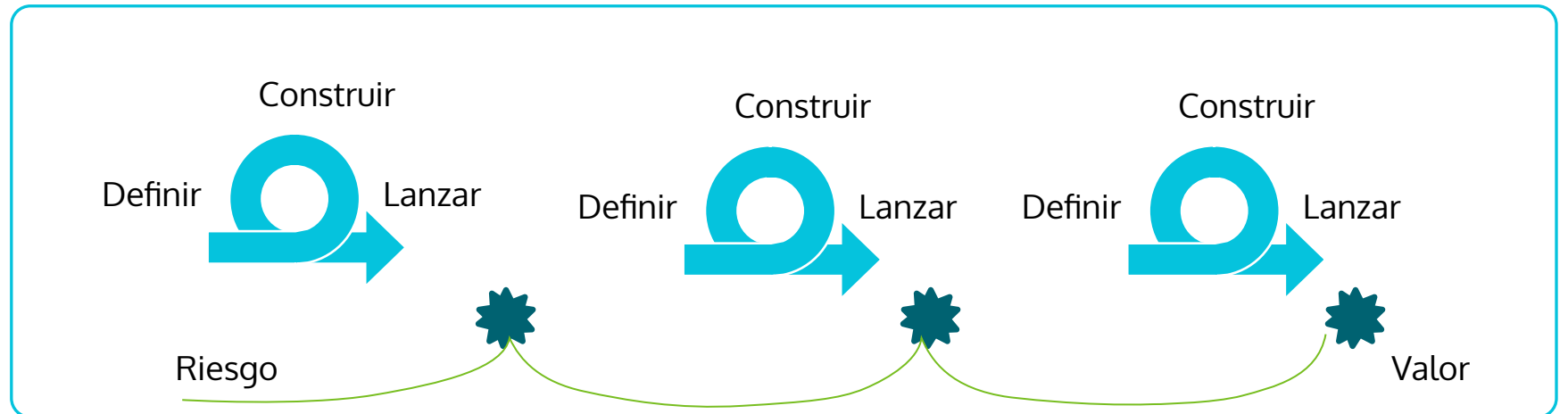
# Waterfall



# Waterfall



Tiempo



# Agile Marketing: Valores

Agile  
Marketing  
Manifiesto

Estamos descubriendo mejores formas de crear valor para nuestros clientes y para nuestras organizaciones a través de nuevos enfoques de marketing. A través de este trabajo hemos aprendido a valorar:

- 1 **Aprendizajes e hipótesis validadas por encima** de opiniones y normas
- 2 **La colaboración centrada en el cliente por encima** de jerarquías y silos
- 3 **El proceso de descubrir al cliente por encima** de predicciones estáticas
- 4 **La planificación flexible (adaptación al cambio frente a la rígida)**
- 5 **Muchos experimentos pequeños más que** unas pocas grandes apuestas



**Ojala  
hubiera  
sabido....**

---







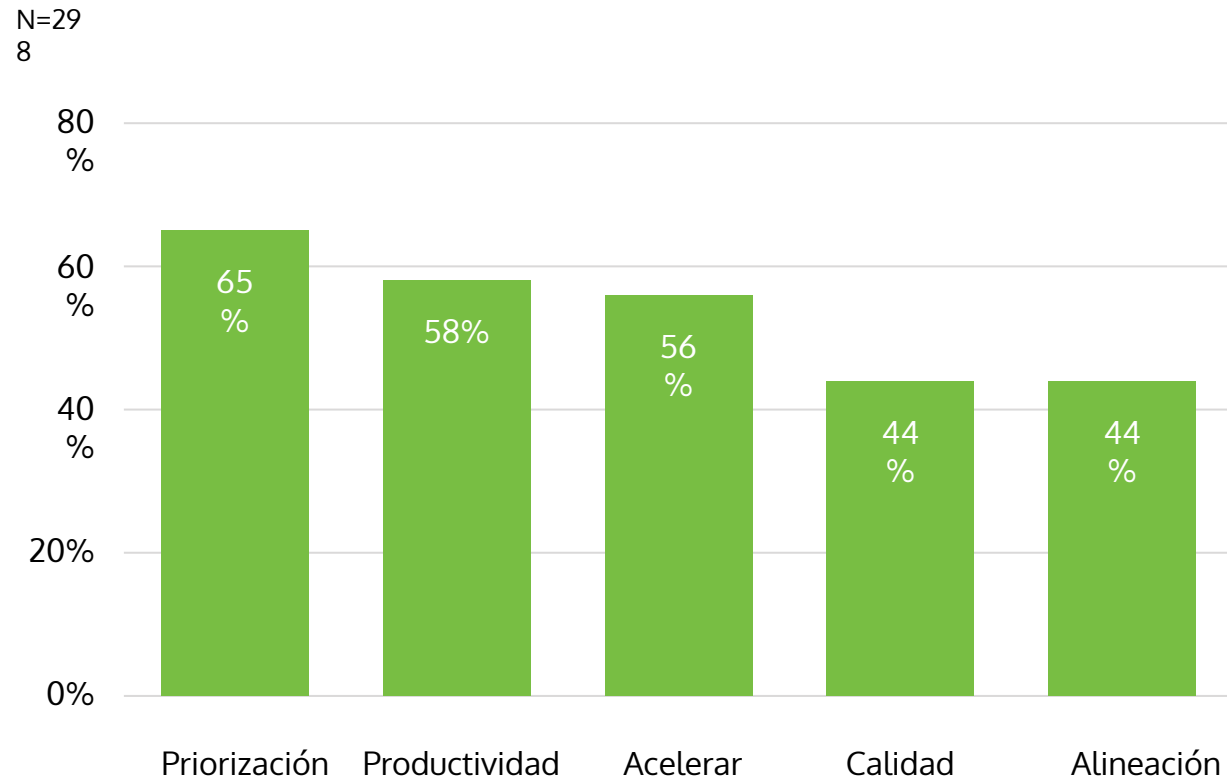
¿Por qué motivos los departamentos de Marketing adoptan la agilidad ?

# Motivos Por Adoptar La Agilidad



- Increase innovation 39%
- **Acelerar la realización de campañas/programas/tácticas 56%**
- **Mejorar la productividad 58%**
- **Aumentar la capacidad de gestionar las prioridades cambiantes 65%**
- **Mejorar la calidad de las campañas/programas/tácticas 44%**
- Improve team morale 25%
- **Mejorar la alineación con otros equipos/objetivos empresariales 44%**
- Better manage distributed teams 27%
- Improve project visibility 31%
- Enhance predictability of campaign/program/tactic delivery 24%
- It was mandated 8%

¿Cuáles fueron las razones más importantes para adoptar Agile en tu departamento de marketing? (Top 5)



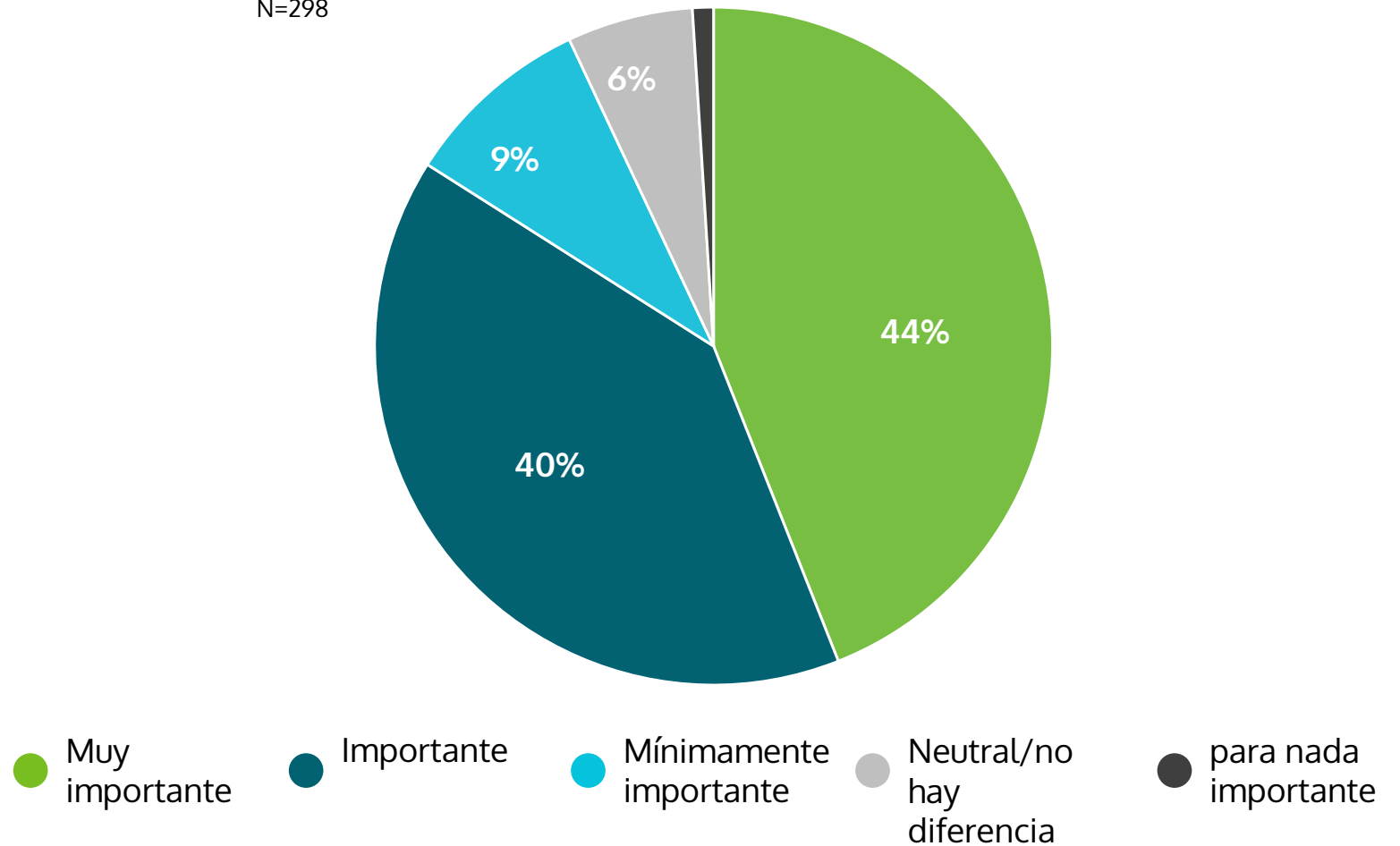


¿La Agilidad ayuda en un entorno VUCA?

# VUCA?

¿Qué importancia han tenido sus métodos de trabajo ágiles para responder al clima de incertidumbre y volatilidad de 2020?

N=298



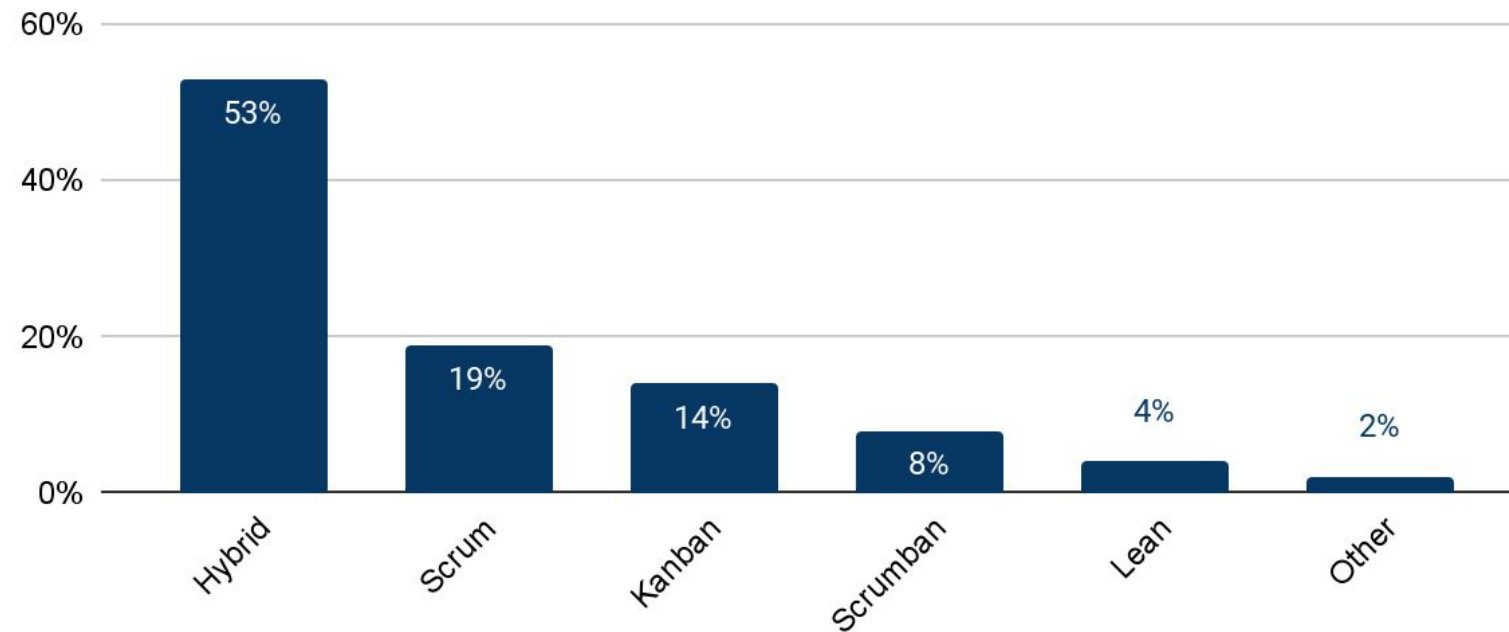


¿Qué marcos usan los equipos de Marketing ?

# Marcos Híbridos !

¿Qué metodología ágil sigue más su departamento de marketing?

N=298

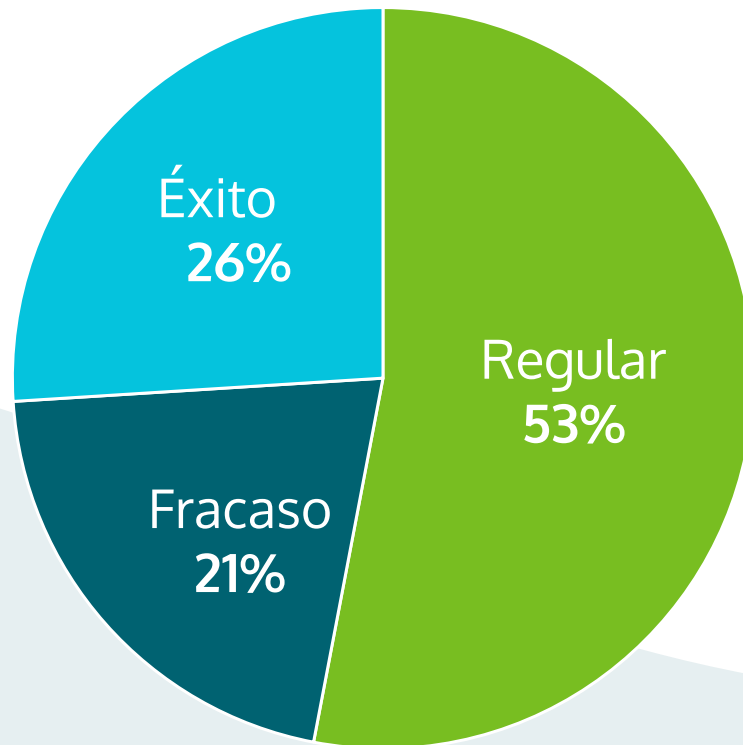




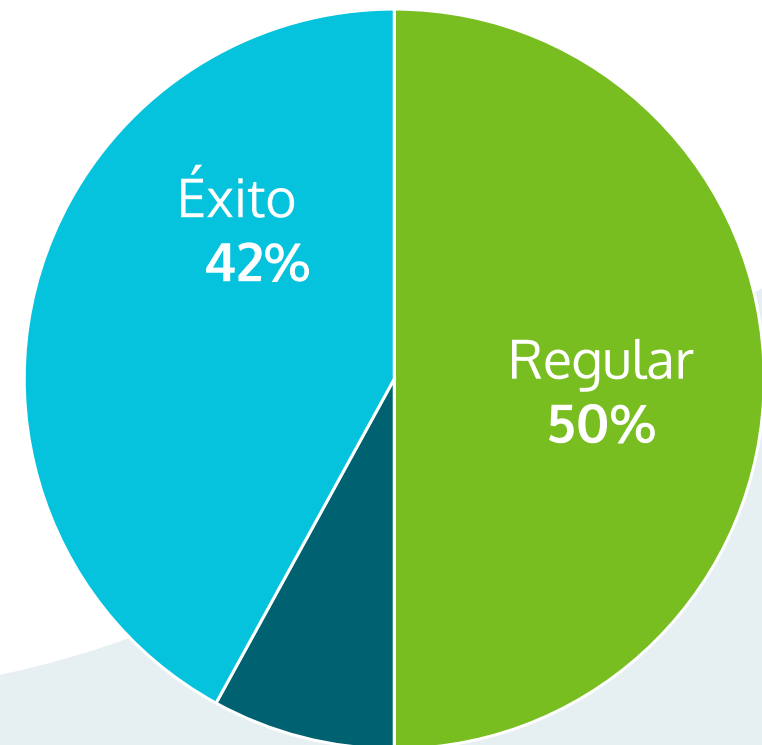
¿Mejor que los métodos  
tradicionales ?

# Mejor que Tradicional ?

Proyectos tradicionales



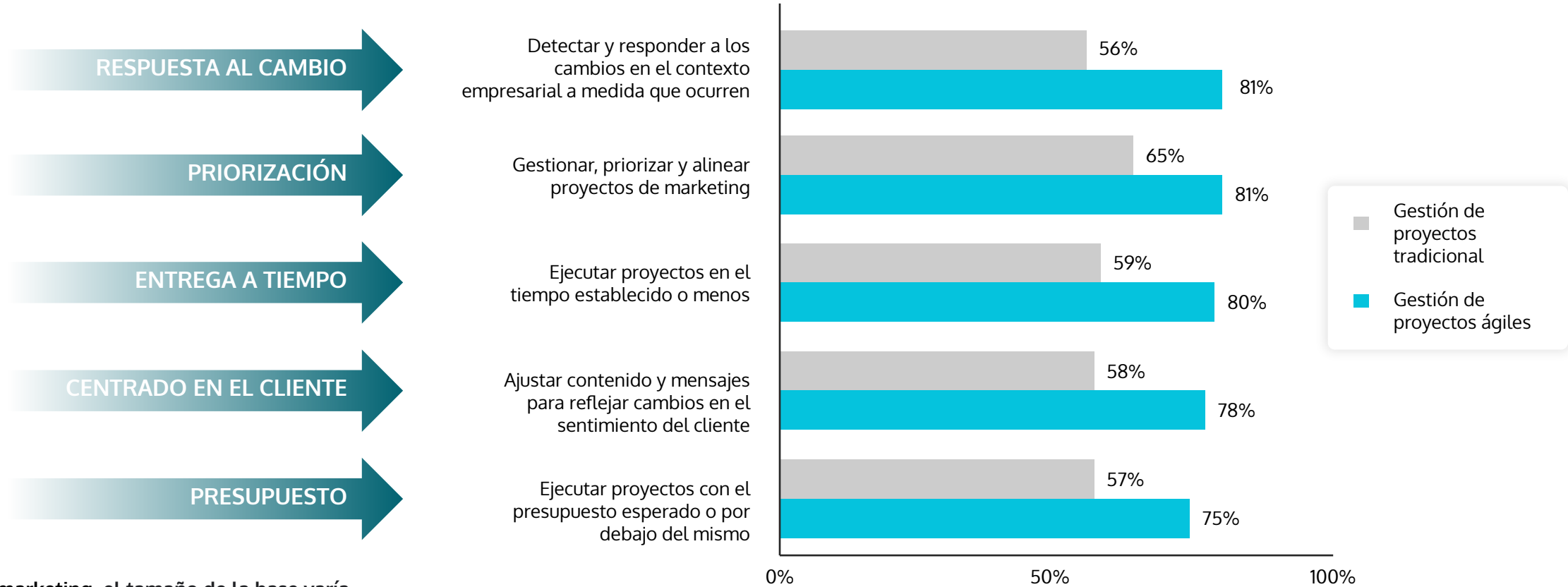
Proyectos Ágiles



Source: Jim Johnson, Standish Group, Chaos Report 2018



# Efectividad de las tareas de Marketing según el enfoque de gestión de proyectos



n=429 líderes de marketing, el tamaño de la base varía según el segmento.

Q: cuán efectivo es el marketing de tu organización en las siguientes actividades?

Fuente 2020 Garner Marketing Operations and Organization Survey 728128\_C

Porcentaje citando muy/ extremadamente efectivo



¿Cuales son los  
beneficios para los  
equipos de Marketing ?

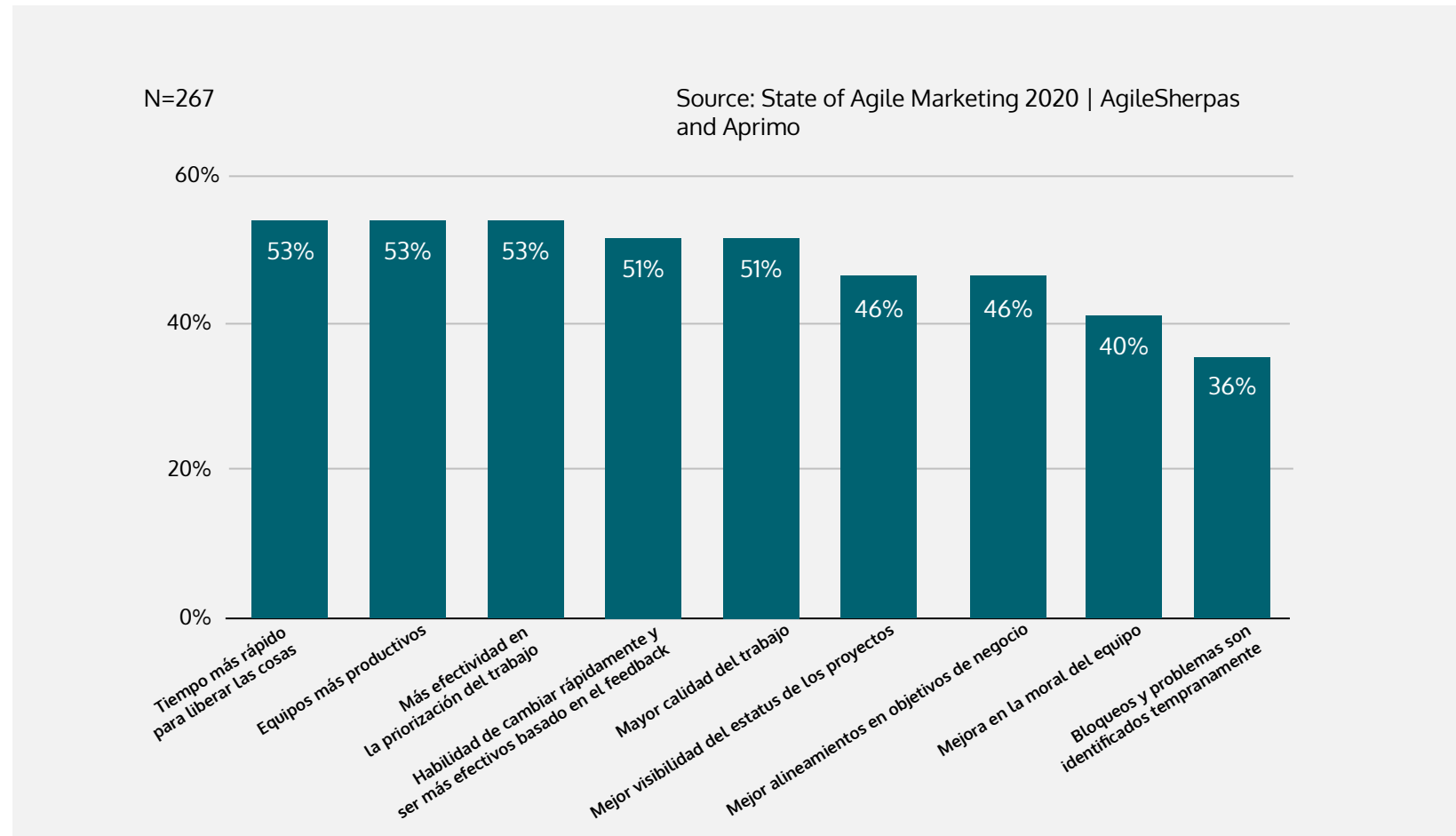
# Beneficios



La adopción de la agilidad cumple más que nunca las expectativas de los expertos en marketing, a medida que adoptan prácticas que continúan expandiéndose.



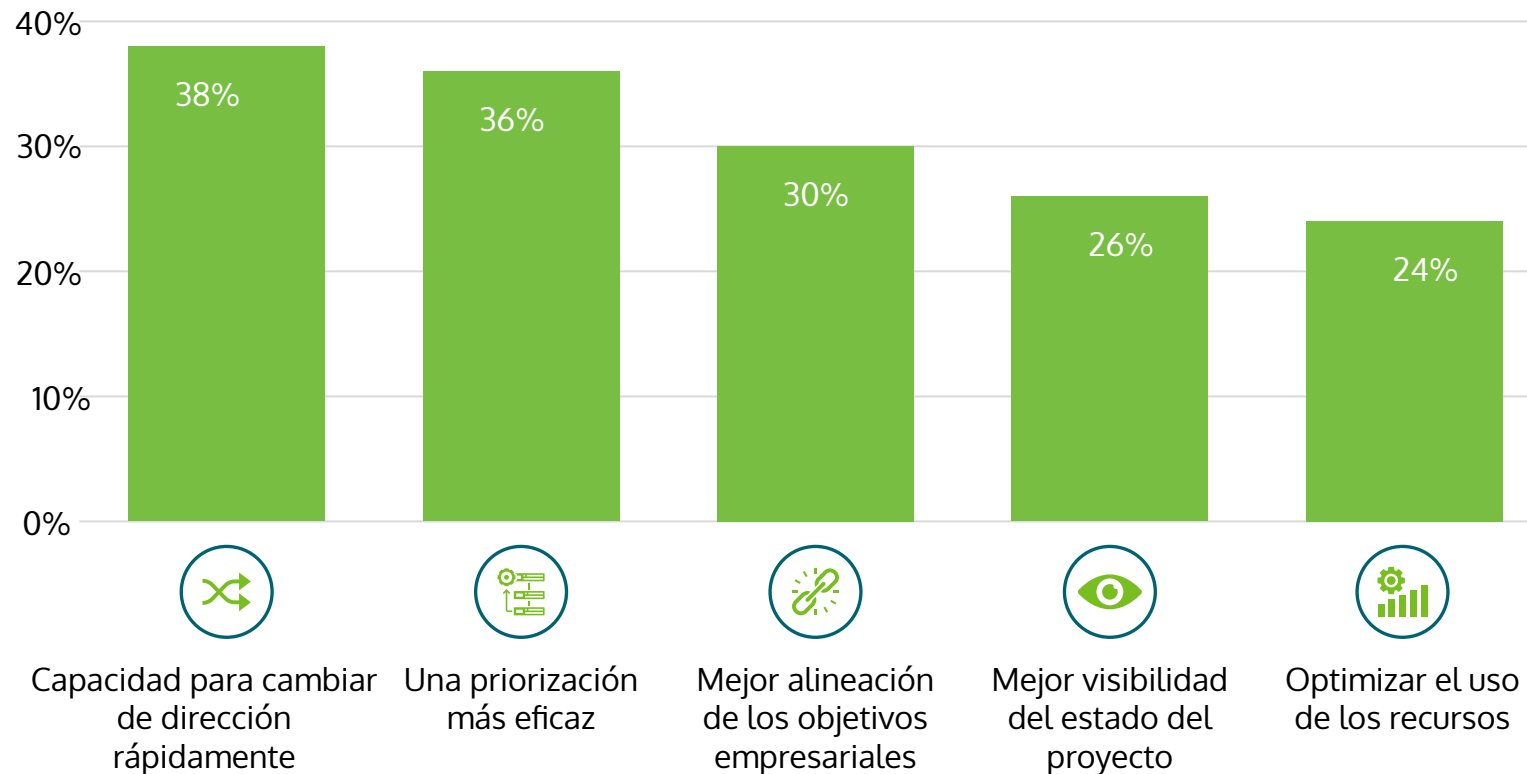
El doble de equipos de marketing ágil han reportado mejoras en la productividad en el año 2020, y aquellos que disfrutaron de una mejor priorización casi se duplicaron también.



# Beneficios

¿Cuáles son los beneficios para tu departamento de marketing de utilizar Agile? (Top 5)

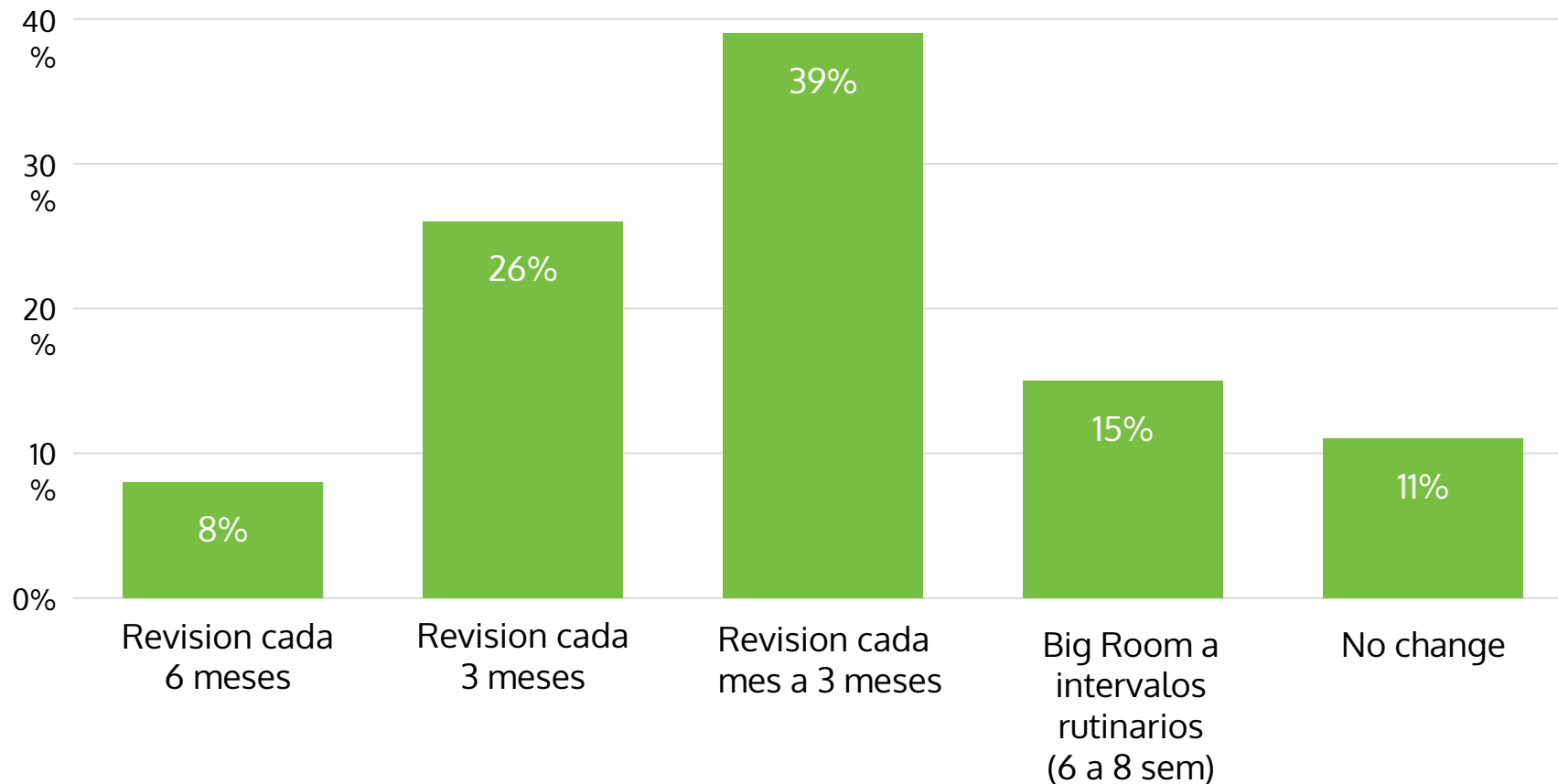
N=298



# Plan De Marketing

¿Cómo ha cambiado la adopción del marketing ágil la planificación del marketing?

N=298

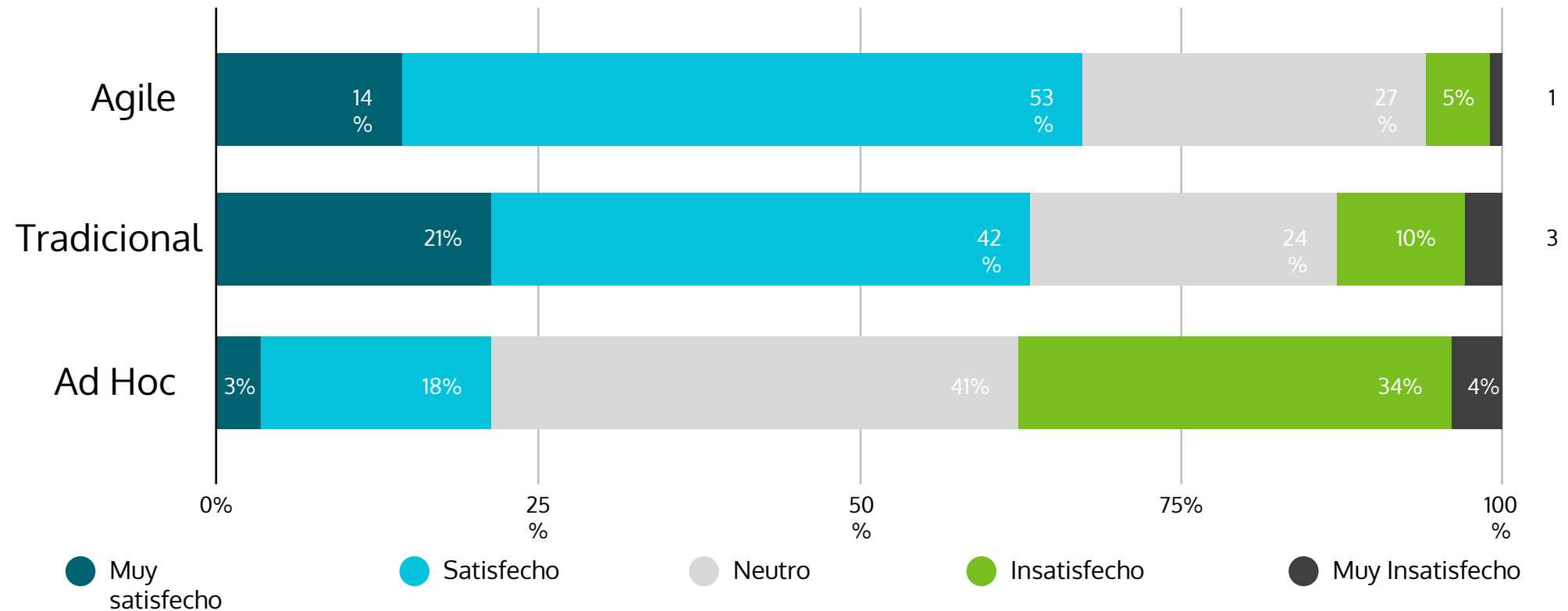




# Los Equipos Ágiles están más satisfechos..

¿En qué medida está satisfecho con la forma en que su departamento de marketing gestiona actualmente su trabajo?

N=580





**Valor para el cliente!**

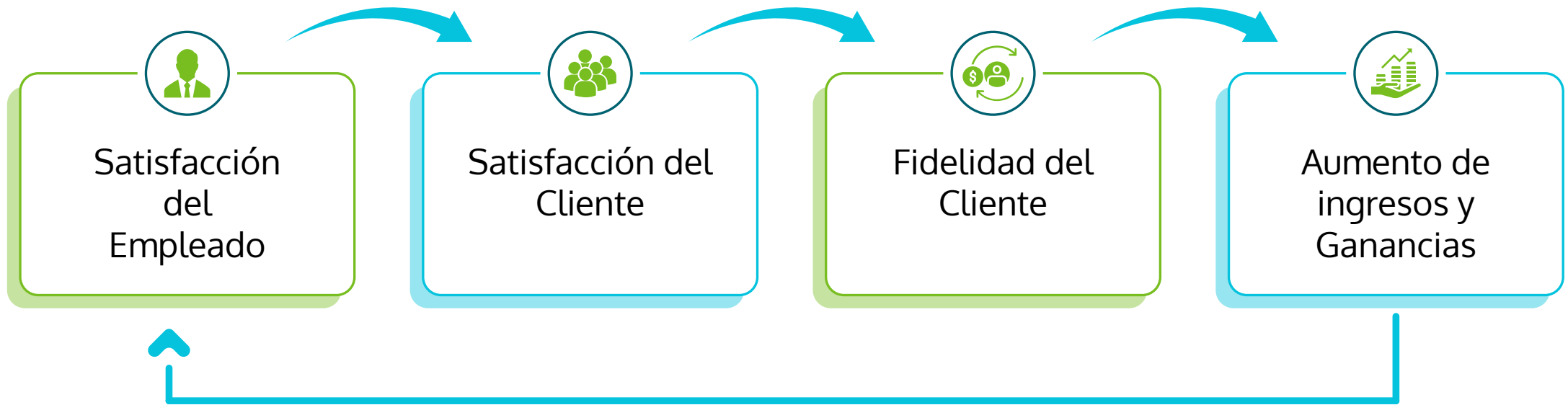






**Valor para la empresa!**

# Service Profit Chain!



James L. Heskett, W. Earl Sasser, Leonard Schlesinger *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*. New York: The Free Press, 1997.

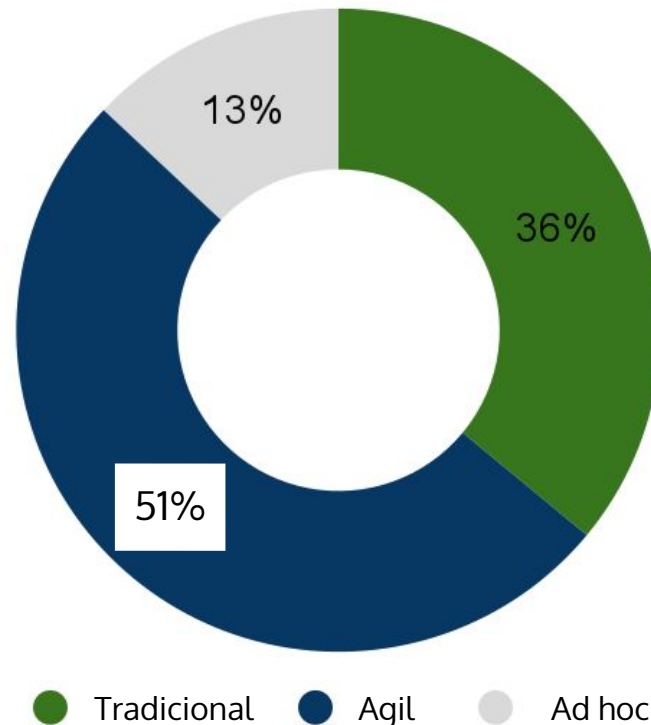


¿Son muchos los equipos de marketing que han implementado métodos ágiles ?

# Implementación?

¿Cuál de estas formas describe mejor el proceso de gestión de tu departamento de marketing?

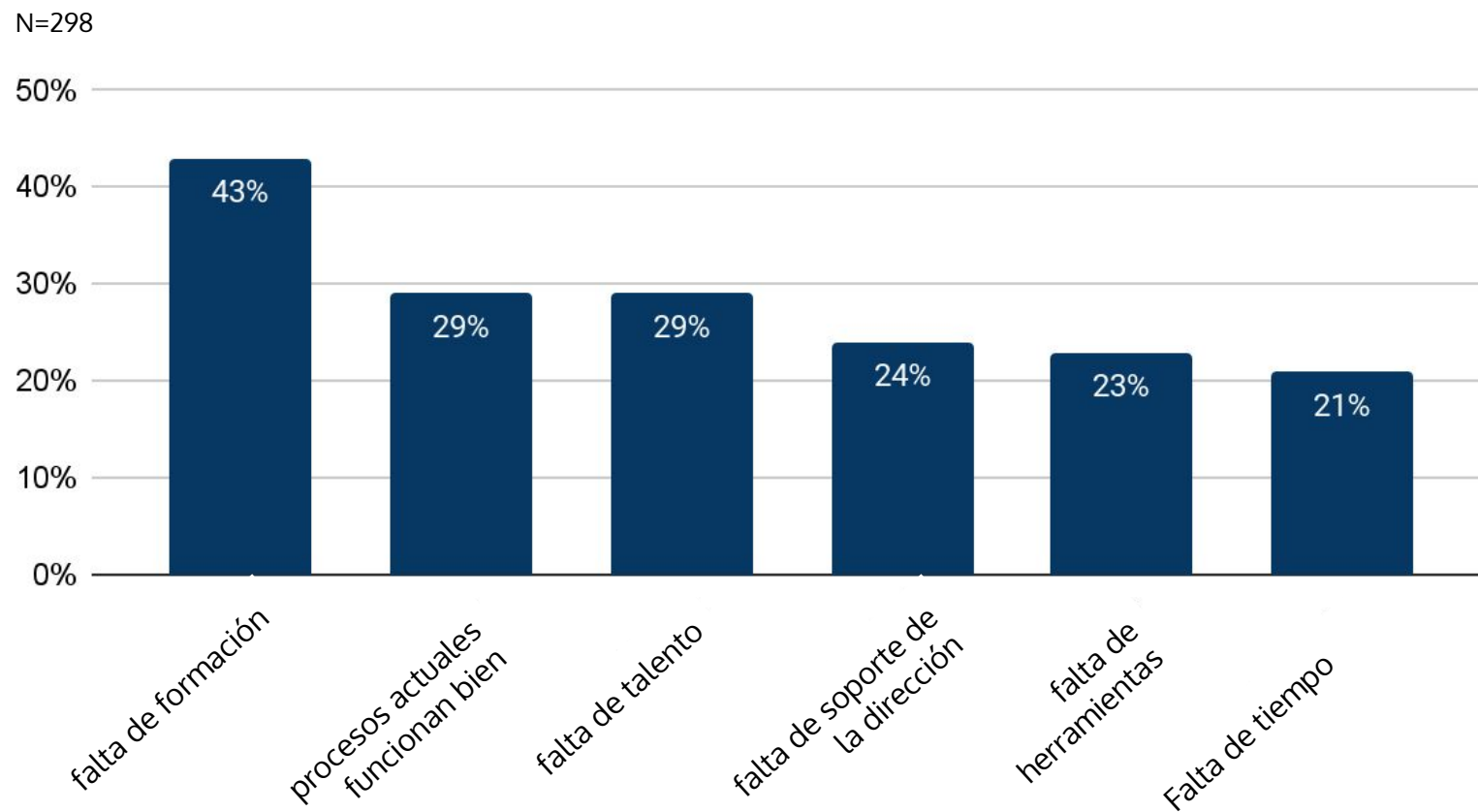
N=580



- **Ágil:** Utilizamos al menos algunas partes de un enfoque de marketing ágil. Tenemos planes, pero son flexibles y cambian a menudo.
- **Tradicional:** Planificamos nuestro trabajo de antemano con mucho detalle y tratamos de ceñirnos lo más posible a ese plan.
- **Ad hoc:** No hacemos planes a largo plazo. Trabajamos en lo que nos parece correcto de un día para otro y no tenemos un proceso bien definido para gestionar el trabajo entrante.

# Barreras !

¿Cuáles son los mayores obstáculos que impiden a su departamento de marketing aplicar plenamente un enfoque ágil?





*“¡Sé el cambio que deseas ver  
en el mundo!”*

M. Gandhi



**¡GRACIAS !!!**

[christophe@agilesherpas.com](mailto:christophe@agilesherpas.com)