

II informe

Informe de

*marketing digital
industrial* **2023**

SOCIAL SELLING
EDITION



2023

by **Okisam** + **Cámara** & **Tecnología**
Valencia para los negocios

Hemos escuchado a los protagonistas del sector industrial español, estos son los objetivos de nuestro estudio

¿Cómo ha evolucionado?

En nuestro segundo informe anual acerca del **Marketing Digital Industrial**, además de buscar ofrecer un diagnóstico del estado de la industria en cuanto a acciones de Marketing Digital se refiere, queremos dar continuidad a los insights obtenidos hace un año y reflejar así, una **valoración evolutiva** del proceso de crecimiento de las empresas industriales.

La industria, el lugar que merece

La industria es, en general, la gran olvidada cuando se habla de Marketing Digital. Como agencia especializada en el sector industrial, queremos dirigir el foco hacia ella y darle el lugar que realmente merece. Nos sentimos en la obligación de romper una lanza a su favor y otorgarle **importancia a las acciones de venta o generación de oportunidades online**, así como reconocer el gran esfuerzo de Digitalización que se está realizando.

Enfoque Social Selling

Tras muchos años de experiencia acompañando a negocios industriales en su proceso de digitalización, observamos cómo **cada vez más el sector es capaz de generar oportunidades en los medios sociales**. Queremos, en esta segunda edición, prestar mayor atención a este área en nuestro repaso general a la situación de Marketing digital en el sector industrial.

Para todo ello, damos voz a grandes profesionales del sector, para que, de primera mano, nos brinden sus percepciones. Ellos y ellas son los verdaderos protagonistas, quienes viven y bregan día a día con las particulares realidades del sector. Gracias a su testimonio, podemos ofrecer en detalle un diagnóstico fiel y acertado.

*Esperamos que este informe suponga un granito de arena a la hora de enfocar **tus estrategias digitales***



Somos Okisam

Agencia de Marketing digital especialista en Marketing B2B, Ecommerce, Diseño y desarrollo web.

Con una metodología propia, analizamos el mercado y nos enfocamos en enriquecer tu negocio digital. Contamos con un equipo de especialistas en marketing que comparten los mismos objetivos y valores para demostrar lo que mejor sabemos hacer: **Conseguir resultados.**

+30

Profesionales

2

Sedes

4,9/5

Valoración *Google
Reviews

+10

Años de experiencia

Conoce nuestros
principales partners:



ActiveCampaign
Partner



Typeform Certified
Agency Partner





El punto de encuentro de todos los actores de la digitalización: proveedores, empresas y personas.

Ofrecemos servicios de tecnología y digitalización que promueven la competitividad de las empresas valencianas según su sector de actividad (servicios, comercio, industria) y las convierte en **organizaciones más escalables y más flexibles.**



+60k

Visitas web

17

Cámaras asociadas

2k

Asesoramientos

+50

Partners

+700

Recursos gratuitos

+120

Webinars y eventos

¿A qué ritmo suena el **marketing digital industrial español**?

Hemos preparado esta **segunda edición del informe de marketing digital industrial** con el chute de ilusión todavía presente que nos dio la acogida del año pasado.

Esta ocasión, las grandes incógnitas intrínsecas al sector como la pugna sempiterna entre departamentos comerciales y de marketing y el ya no tan evidente atraso de digitalización respecto a otros sectores, siguen presentes en nuestro estudio aunque con la distancia que ha dado un año en el que han pasado muchas cosas.

En nuestro primer informe, solicitamos a los participantes que se mojaran. Que se animaran a mostrarnos las claves para salir reforzados de la pandemia. Más fuertes y más tecnológicos.

Ahora ya con las aguas más calmadas en este aspecto, les pedimos con retrospectiva con qué se quedan o qué lecciones les ha traído este catalizador en digitalización que fue la pandemia y **ponemos especial atención en las redes sociales industriales** y en el **Account Based Marketing que fue tendencia en 2022**.

Este ejercicio que viene, las dudas vienen proporcionadas por el contexto mundial, los conflictos bélicos, la inflación, la escasez de materias primas... son las protagonistas, por eso hemos preguntado a nuestras expertas y expertos cuáles son las claves para adaptarnos mejor a la situación macroeconómica del entorno que viene.

Para finalizar, no me puedo despedir sin darle las gracias a la Cámara de Comercio de Valencia. Por apoyar. Por alentarnos. Por sumarse a esta iniciativa de dar herramientas al sector industrial con su visión transversal y privilegiado del entramado empresarial valenciano.



Mauro Calza
Director de contenidos - **Okisam**
www.maurocalza.com

Para Cámara de Valencia la era **digital industrial suena a...**

La Industria 4.0 es ya una realidad y promete ofrecer altos niveles de productividad y precisión para satisfacer a la demanda de una forma inédita. Reducir la dependencia de la cadena de suministro y lograr el equilibrio entre el humano y la máquina son algunos de los principales retos de una revolución que impulsa la automatización, el IoT o la AI.

Las empresas manufactureras adoptan cada vez más tecnología, pero necesitan simplificar. El trabajador industrial, por su parte, se integra con ella y se convierte en un operario 4.0 con capacidades aumentadas.

La impresión 3D, el mantenimiento predictivo, la automatización o los gemelos digitales en planta ayudan a reducir costes, paradas y dependencia externa. Todo ello en un contexto en el que los retrasos en la cadena de suministro o el encarecimiento de la electricidad traen consigo dificultades.

Pero **¿por qué se habla tan poco de la necesidad del marketing digital en la Industria?**

Esta es la perspectiva que se proporciona en este estudio realizado en colaboración con la Agencia de Marketing Digital Okisam.

El año pasado participé como "encuestado" y este año hemos querido apoyar desde la Cámara para que las conclusiones extraídas puedan servir de apoyo y referencia a las empresas industriales de nuestro entorno.



Carlos de Cózar
Director de tecnología - **Cámara de Valencia**
www.camaravalencia.com

Conoce algunas de **las empresas** que participan de este estudio

MOLDSTRAINS

Camerfirma

improven

GRUDILEC

DOLZ
yes we have!

tecnopacking

felman

artero

encamina
PIENSA EN COLORES

zumex

FONGASCAL

MAF RODA
ROBOTIC

sonepar

Chromaflex
Technologies

RIELEC.
LOGISTICS SYSTEMS

Polymer Char

HOMMAX

CAITEX

AZZAR
GROUP

GD
GeneralDrones

Priopcion

Con la participación de **instituciones educativas** como:

ESIC

UJI UNIVERSITAT
JAUME I

Escuela de Negocios
Lluís Vives

Cámara
Valencia

Inflación

¿Cómo evolucionará en 2023?

“

in



Estamos en un momento económico sin precedentes: mucha presión inflacionista, menos renta real disponible, previsiones de inflación al alza y de PIB a la baja, condiciones de financiación más difíciles debido al incremento en los tipos... 2023 está a la vuelta de la esquina y aún nos queda mucho tiempo escuchando este tipo de titulares. Sin duda y más que nunca **tenemos que ser creativos en nuestros planes y acciones y apostar por ponerle la vida más fácil a nuestros clientes.** Trabajar con ellos como nuestros partners, codo con codo. Eso nos permite tener una visión integral de su negocio y ofrecerles soluciones que en su día a día marquen una diferencia. **Dentro de todo este torbellino económico que todos vamos a sufrir (hogares y empresas) la única forma de hacerlo es trabajar para mantener el estándar de calidad en lo más alto.** En todas las partes del proceso. Hasta las que no se ven.

zumex®

Teresa Giner
Directora de marketing

”

ZUMEX® Group es líder mundial en el **diseño y fabricación de soluciones innovadoras para el exprimido de frutas y verduras.** Con más de 35 años de experiencia y **presencia mundial,** la firma no ha dejado de crecer con una vocación innovadora y un espíritu internacional.

Conoce más de Zumex en su **Linked in**

”
Hay una crisis de oferta, tanto de talento como de material. La tensión de aprovisionamientos va a durar un tiempo. La situación geopolítica sigue siendo complicada y en Europa, la crisis energética es delicada. Todo esto no ayuda a contener la inflación.

Mi recomendación, las empresas debemos poner **foco en la cadena de suministro** y en la cadena final, qué pasa antes y qué pasa después. A nivel de aprovisionamientos, seguiría una **política de just in case** en vez de *just in time*. Por último, aprovecharnos de la tecnología para **impulsar una verdadera transformación del binomio marketing y ventas**.



Javier Monrabal

Director general

Polymer Char



”
Javier Abad

Comunicación y Marketing

“

Se trata de una inflación de costes (oferta), no de demanda. **La clave es sostener los costes de producción**, principalmente el energético. Esperamos que en el 3T de 2.023 la inflación española esté en el entorno del 3,5-4%



Alberto Herraiz

Director general

“

Estamos empezando a bajar. Pero lo hará muy lentamente. **Recomiendo tener un pulso muy directo de la actividad** para adelantar la toma de decisiones que va a ir suponiendo una evolución del mix hacia productos de menos valor así como una reducción del volumen de negocio.

Sergio Gordillo

Socio & CEO

in

improven

Improven es una **consultoría de negocios** que nace en 1999. La diferencia procede de combinar una aproximación global a los retos de las empresas con una metodología de ejecución cercana, y su **exclusivo sistema de Resultoría**, como medio para garantizar resultados sólidos y excepcionales

Conoce más de Improven en su **Linked in**

“

A mi entender, durante los próximos meses entraremos en una etapa donde **los mercados estarán muy sensibles a la gran cantidad de estímulos que están influyendo en el aumento de inflación** pero debemos de estar preparados ante un posible cambio rápido de tendencia, que es un escenario a tener presente.

Manuel Artero

Gerente y responsable comercial

artero[©] in

in

”

Honestamente, no lo sé. Pero me atrevería a decir que **hemos alcanzado o estamos alcanzando el cénit**. Para nosotros, afecta el coste de transporte y la subida de precios de todos los materiales que compramos, incluidos los productos.

Cristina Ralo

Especialista en Marketing & Ecommerce

◆ **HOMMAX** in

in

Incertidumbre

Según lo comentado por los expertos, podemos observar la **incertidumbre** que existe en torno a la situación de escalada de los precios. Así mismo, vemos que el **relato pesimista** domina con rotundidad.

Existe un amplio consenso en que **no hemos alcanzado el cénit de precios**, siendo mayoritaria la sensación de que estamos cerca de ello y de que este alza se ralentizará. No obstante, todavía nos queda atravesar la **resaca** que esta situación nos va a dejar a medio plazo.

Como claves que nos dan nuestros expertos para sobrellevarla de mejor manera, encontramos:

- **Innovación y mayor digitalización**
- **Cultura organizacional** y mandos intermedios
- **Reordenar prioridades**, reducir gastos y adaptar precios al contexto actual
- **Resiliencia ante lo que viene** y adaptabilidad al cambio y agilidad
- **En empresas sin tensión de tesorería** apostar por sobredemanda en vez de Stock just in time
- **Reducción de dependencia energética** e invertir en renovables

Pandemia

¿Qué avances o impulsos nos deja?



La pandemia nos ha traído una **adopción digital inmediata** y sin precedentes por parte del tejido empresarial, que pudiese mejorar su productividad. En nuestro sector se ha impulsado la demanda de herramientas electrónicas para casos de uso de alta seguridad que históricamente se han realizado en persona, teniendo a finales de pandemia un % de adopción de productos y **servicios digitalizados** por parte de las empresas **que se habría conseguido de forma natural entorno al 2026-2028**



Eugenia Monforte

Marketing & E-commerce Manager

@Camerfirma

Camerfirma es una Autoridad de Certificación Cualificada eIDAS **dedicada a prestar servicios de confianza, ofreciendo productos y soluciones de certificación y firma digital entre otros**. Creada en el año 2001 por las Cámaras de Comercio de España, actualmente está participada en un **49%** por estas.

Camerfirma forma parte del grupo Infocert (**51%**) y, por tanto, está integrada en el grupo Tinexta, compañía que cotiza en Bolsa.

Conoce más de Camerfirma en su **Linked in**

“

Sin duda, **la pandemia ha provocado un "push" especial en la digitalización de todos los sectores.** No solo en la venta si no también en las herramientas para reducir el contacto (firma digitales de albaranes, cabinas de recogida sin contacto, etc).

La generalización de los EPIs es quizá la nueva línea de negocio clave para la distribución profesional.

Como ya he dicho, soy positivo y creo que la nueva normalidad no se diferencia mucho de la antigua.

Santiago Herráiz

PIM Manager

in



 **sonepar**

Sonepar es una empresa familiar independiente con **liderazgo en el mercado global en la distribución B-to-B de productos eléctricos, soluciones y servicios relacionados.** A través de una densa red de 100 marcas que abarcan 40 países, el Grupo tiene una agenda de transformación ambiciosa para convertirse en el primer **distribuidor eléctrico global B-to-B en brindar una experiencia omnicanal totalmente digitalizada y sincronizada** a todos los clientes. Sonepar tuvo unas ventas de 26 400 millones de euros en 2021.

Conoce más de Sonepar en su **Linked in**

in



Carlos García

Director de Marketing y comunicación

 **in**

La pandemia ha marcado un cambio de ritmo en los procesos de digitalización del Grupo Moldtrans, donde ya veníamos dando pasos previos a la alerta sanitaria. **La digitalización ha pasado a formar parte de la estrategia** de la compañía, estando afrontando diversos proyectos en distintas áreas operativas y de negocio.

”

“

En nuestro caso, lo que ha producido es una aceleración, especialmente de la tendencia de la digitalización, en nuestro mercado objetivo.

Como empresa, nosotros ya tenemos un plan de digitalización en el área de ventas.

Sin embargo, en nuestros clientes y clientes potenciales, sí se ha generado un sentimiento de urgencia que ha promovido nuevas oportunidades de negocio.

Anónimo

Director general

EMPRESA



En nuestro caso, **la pandemia ha sido un "potenciador" de cara a afianzar nuestra digitalización impulsando el e-commerce** y poniendo el foco en diferentes proyectos digitales que teníamos en mente como la implementación de un nuevo CRM para el departamento comercial.

Julio Montserrat

Head of Digital Marketing & Ecommerce



Principalmente **ha sido un impulso para la digitalización**. Los resultados positivos en este plano durante ese periodo sirvieron también como acicate para aquellos que aún tenían dudas del paso que debían dar.

En nuestro caso ha supuesto una inmersión completa en la omnicanalidad, en lo que al cliente se refiere.

Y, hacia dentro, también ha supuesto la digitalización de pequeños procesos que sumados generan un claro **aumento de la productividad y la eficacia**.



Entornos híbridos por doquier, incluso en las relaciones comerciales. **Convicción en el #digitalfirst**, aunque con muchas dificultades (inversión, talento, estrategia, ROI corto plazo) para aplicarlo.

Hugo de Juan

CEO



Pablo Gomez

Director de desarrollo de negocio y e-commerce



Catalizador

Sí. Es cierto que encontramos unos sectores más acomodados que otros, pero en cualquier caso, podemos ver que empieza a aflorar un **efecto catalizador**. Un motor que no solo afecta individualmente, sino que también lo hace a nivel del ecosistema empresarial que les rodea. Un impulso que en algunos casos se identifica como un avance de un lustro si atendemos a la tendencia previa.

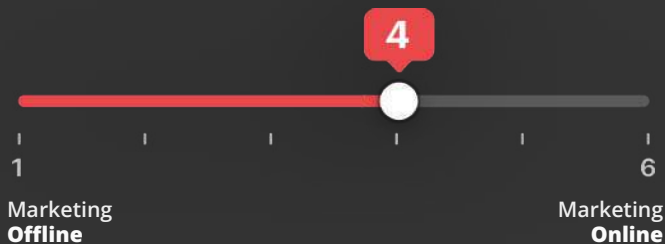
Nuestros expertos destacan el cambio en:

- ★ La manera de comunicarnos (videoconferencia)
- ★ Adaptación de horarios y teletrabajo en puestos de oficina
- ★ Proceso de cierre comercial sin necesidad de presencia física
- ★ Digitalización de procesos

Online vs Offline

¿ En 2023 serán más importantes las acciones offline o las de Marketing Online?

Los encuestados lo tienen claro:



“

Los eventos han vuelto a formar parte del mix de acciones de los departamentos de marketing, habiendo cobrado un peso muy significativo. La correcta combinación entre el offline y online marcarán las acciones de promoción, networking, comercialización, etc. de los productos y servicios generados y/o comercializados en el sector industrial.



Carlos García

Director de Marketing y comunicación

MOLDTRANS
GRUPO

Operador logístico integral con más de 40 años de experiencia en el sector del transporte y la logística. **De capital 100% español, dispone de más de 100.000 m2 de instalaciones logísticas ubicadas en España y Portugal**, más de 350 colaboradores y una amplia red de correspondientes y agentes ubicados en las principales ciudades, puertos y aeropuertos del mundo.

Conoce más de Moldtrans en su [Linked in](#)

Los cambios más disruptivos, como la **reducción de la presencialidad hacia modelos de venta híbrido, no han sido permanentes**. La tendencia en nuestro sector, es la vuelta al presencialismo en la venta.

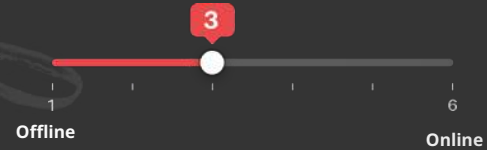


Anónimo

Directora de Marketing y Ventas
Proveedor digital y energético industrial

EMPRESA

Proveedor de **soluciones 360** que cubren las necesidades de empresas industriales en cuanto al **entorno digital, la industria inteligente y la energía**. Sus servicios alcanzan distintas facetas, entre otras, consultoría, desarrollo de plataformas digitales o **comercialización y mantenimiento de equipos industriales y energéticos**.



Delia Iborra

Marketing y ventas

Chromafie*
Technologies



Javier Vicent

CMO

DOLZ
yes, we have!



Be **Online** *Online*

2022 ha traído consigo el retorno de las acciones de Marketing y Ventas Offline. Las grandes ferias y eventos vuelven a juntar clientes y empresas. Los encuentros presenciales vuelven a ser necesarios durante el funnel de venta y el Networking vuelve con fuerza especialmente en el sector industrial. Sin embargo, la digitalización comercial **es un camino de no retorno**. Si hay un paso atrás será para tomar impulso, haciendo que la balanza de los recursos se mantenga inclinada ligeramente hacia las acciones de Marketing Digital durante el próximo 2023.

Be online, my friend.

Digitalización

¿Qué grado de madurez tiene el sector industrial?

Las empresas opinaron:



Delia Iborra

Marketing y ventas



Chromaflo Technologies fábrica colorantes innovadores y dispersiones de pigmentos para aplicaciones arquitectónicas, industriales y termoendurecibles.

Conoce más de Chromaflo en su [Linked in](#)



Diego J. López

Director comercial & Marketing



Fran Molla

Sales & Marketing developer



felman

Felman ofrece, desde **hace más de 45 años**, soluciones para la industria del vidrio y de la carpintería de aluminio y PVC.

Su objetivo como fabricante de ventanas de PVC y aluminio para el sector profesional, es ser el referente en la Comunidad Valenciana; **ser esa empresa en la que piensan los profesionales cuando se plantean cualquier instalación de cerramiento**, de cualquier tamaño o exigencia.

Conoce más de Felman en su **Linked in**



Victoria Millan

Directora de Marketing



in crescendo

Ligera subida respecto al informe del año anterior, donde los versados participantes han percibido pequeñas mejoras de digitalización del sector.

No obstante, la mejora potencial es notoria, ya que la media subjetiva apenas alcanza el aprobado raspado. ¿Qué conclusión sacamos? **Que queda camino por recorrer.**

Ranking Social Media

¿Qué redes sociales ayudan más a generar negocio y visibilidad?





1 LinkedIn

2 Twitter

3 Youtube

Sergio Gordillo

Socio y CEO

improven 

1 Facebook

2 Instagram

3 Youtube

Teresa Giner

Directora de Marketing

zümex 



1 LinkedIn 2 Youtube 3 Whatsapp

Fran Molla

Sales & Marketing developer

 **RIELEC.**
LOGISTICS SYSTEMS

En Rielec son **especialistas en integraciones de RFID, especialmente en el ámbito logístico.** Ofrecemos todo tipo de soluciones a las necesidades de automatización y robótica intralogística: **Consultoría y asesoramiento; diseño conceptual y fabricación; montaje y mantenimiento de sistemas de transportadores y equipos de robótica.** Además desarrollamos software a medida para la gestión intralogística y de almacenes.

Conoce más de Rielec en su **Linked** 

No cabe la menor duda de que el sector de la automatización industrial tiene el **99% de su representación en redes sociales profesionales.** Nuestro cliente potencial también se encuentra en ellas, por eso **nuestros esfuerzos en social media se centran en aumentar la visibilidad en la red profesional por excelencia, LinkedIn.** Por ahora el enfoque es único a esta red social, descartando a corto plazo cualquier otra, pero a largo plazo quién sabe, al final sabemos adaptarnos a las tendencias de mercado.



1 LinkedIn

2 Youtube

3 Whatsapp

Pablo Gomez

Director de desarrollo de negocio y e-commerce

 **GRUDILEC**

GRUDILEC, Sociedad de Gestión, nace fruto de la unión de voluntades de un grupo de empresas del sector de la Distribución de Material Eléctrico.

Su principal objetivo es el de establecer conjuntamente estrategias diferenciadas dirigidas a ofrecer la mejor experiencia y el **máximo valor** a sus clientes, Socios, proveedores y empleados

Conoce más de Grudilec en su **Linked** 



1 LinkedIn

2 Youtube

3 Whatsapp

Anónimo

Marketing & Ecommerce Manager

EMPRESA

1 Whatsapp

2 Instagram

3 LinkedIn

Javier Sánchez

Catedrático y docente de Marketing

 **UNIVERSITAT JAUME I** 



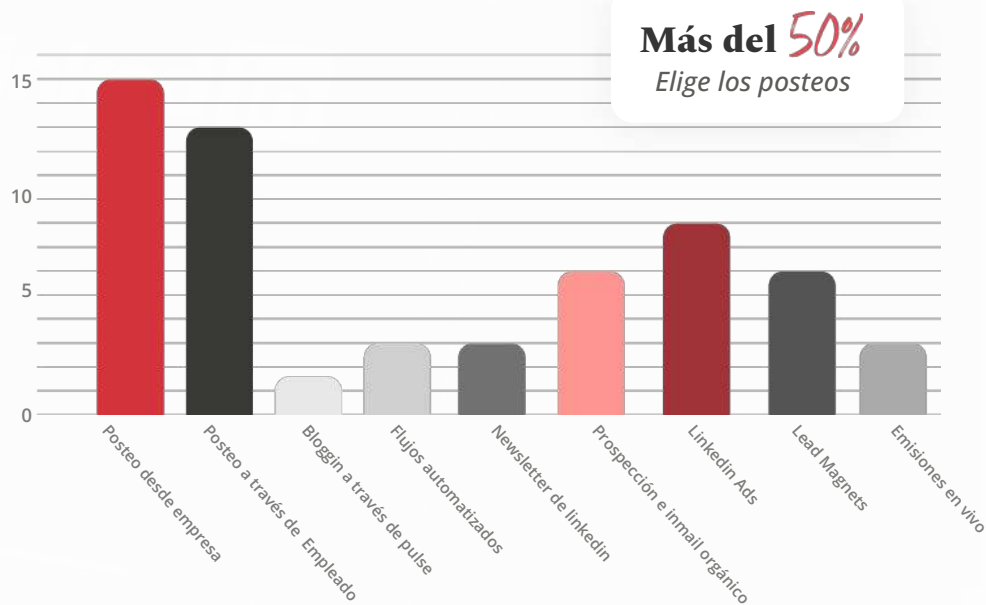
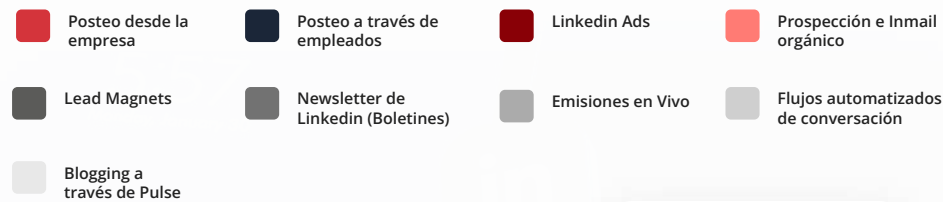
Le Roi LinkedIn

Incorporar las Redes Sociales al resto de herramientas destinadas a la generación de oportunidades de venta es algo que todos tenemos ya asumido. Incluidas aquellas empresas industriales, que, de manera rezagada, están ya **a bordo del barco del Social Media.**

LinkedIn a la cabeza, se mantiene como la principal red profesional, aunque plataformas como **Youtube** y herramientas como **WhatsApp** son para muchas empresas un básico en sus estrategias de Marketing. Facebook e Instagram se mantienen en segundo plano, aunque muy en función del tipo de Buyer de cada industria, mientras que seguiremos atentos a Tik tok y su ya no tan descabellado interés para la industria.

LinkedIn es industria

¿Qué herramientas o acciones se utilizarán más en 2023?





- ✓ Posteo desde la empresa
- ✓ Posteo a través de empleados
- ✓ Prospección e inmail orgánico
- ✓ LinkedIn Ads
- ✓ Flujos automatizados

Federico Maldonado

Director ejecutivo

Priopcion

- ✓ Posteo desde la empresa
- ✓ LinkedIn Ads
- ✓ Newsletter de LinkedIn



Javier Monrabal

Director general

Polymer Char



✓ Posteo desde la empresa

✓ Posteo a través de empleados

✓ Emisiones en vivo

✓ Lead magnets

María Guijarro

Directora de Investigación e innovación docente

ESIC

ESIC Business & Marketing School es una escuela de negocios que ofrece **grados universitarios, MBAs, posgrados y másters centrados en disciplinas como la Administración y gestión de empresas y negocios o el Marketing y la Publicidad**. Cuenta con campus en Madrid, Sevilla, Zaragoza, Barcelona, Valencia, Málaga, Pamplona, Bilbao, Granada y Galicia

Conoce más de ESIC en su **Linked**

✓ Posteo desde la empresa

✓ Posteo a través de empleados

✓ Prospección e inmail marketing

✓ LinkedIn Ads

✓ Lead Magnets

Alberto Herraiz

Director General



 **FONGASCAL**

Nace como una empresa instaladora y mantenedora en el año 1990, **convirtiéndose en la actualidad en una sociedad sólida, consolidada y con gran experiencia en el sector.** Da servicio tanto en la Comunidad Valenciana como a nivel nacional. Cuenta con los registros en industria como Empresa Instaladora y Mantenedora, así como la clasificación como contratista de la Administración. Se especializa en las **instalaciones hidráulicas, térmicas, y renovables** enmarcadas en los campos de construcción pública, terciaria, industrial y residencial

Conoce más de Fongascal en su [LinkedIn](#)

✓ Posteo orgánico a través de la página de empresa

✓ Posteo orgánico a través de perfiles de empleados

✓ Prospección e inmail orgánico

✓ LinkedIn Ads

✓ Lead Magnets



Eugenia Monforte

Marketing & Ecommerce manager

@camerfirma 

Organic Lovers

LinkedIn suma cada año nuevos espacios de generación de contenido e interacción social. Pulse, Newsletters, nuevos formatos de Ads... El pull de oportunidades de impacto es amplio y diverso.

No obstante, el posteo orgánico se mantiene como el rey, aunque con cada vez mayor recurrencia del **Posteo a través de los perfiles personales o Brand Ambassadors**, en detrimento de las comunicaciones impersonales a cargo de la página de empresa.

Del 1 al 10

Dentro de la estrategia social selling

¿Qué importancia se otorga a que los empleados tengan una actividad corporativa en redes sociales?



María Cabello
Marketing and Communication Manager

Las empresas opinaron:



Desde hace más de 100 años, MAF RODA AGROBOTIC, empresa de ingeniería, está especializada en el desarrollo y la fabricación de soluciones globales llave en mano de **automatización para el procesamiento de fruta y verdura fresca**, incluyendo análisis de calidad, clasificación y envasado. Su presencia mundial aporta una sabia experiencia sobre los diversos mercados, tanto en la variedad de productos como en sus niveles de peculiaridades, asegurando la confiabilidad y la capacidad de sus soluciones.

Conoce más de Maf Roda en su [Linked in](#)



Anónimo

Head of Digital Marketing

EMPRESA

in



Javier Vicent

CMO

DOLZ
...yes we have!



Henry Lima

Especialista en comunicación y Marketing digital

GeneralDrones in

in



5



Javier Abad

Comunicación y Marketing

CALTEX in

in



Notable

Los empleados son un **activo notable** a la hora de construir relaciones y cerrar ventas. Aunque no formen parte del departamento comercial, son un altavoz creíble de lo que pasa en la empresa.

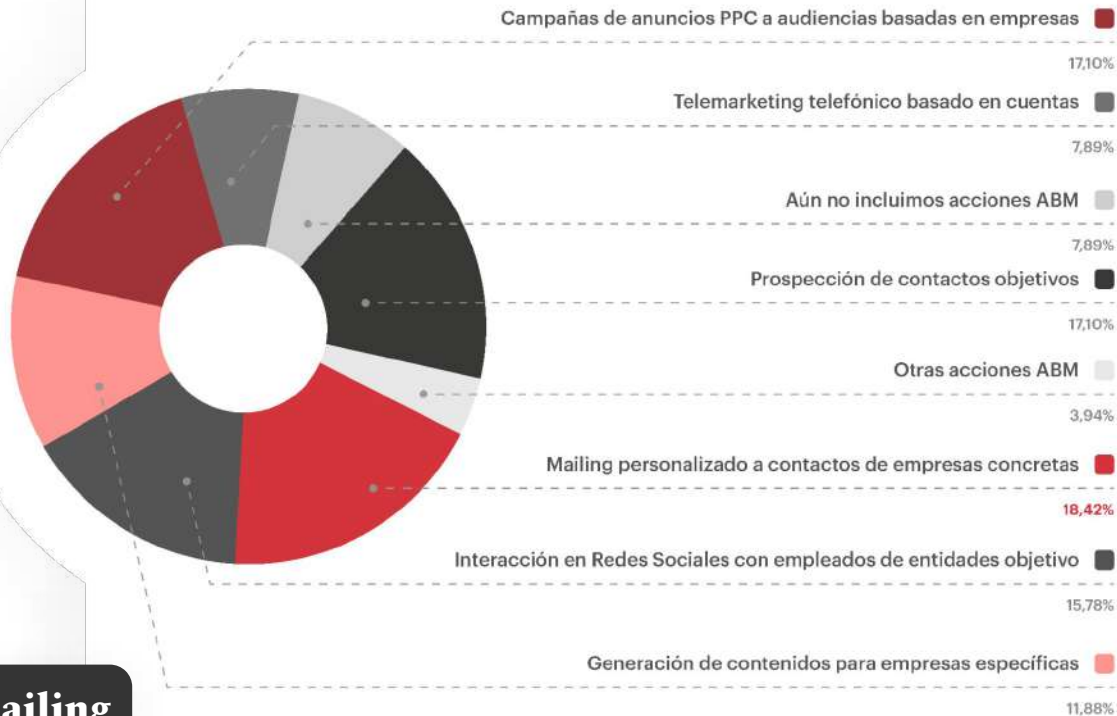
Su inclusión en la estrategia, tanto de venta como de difusión en redes sociales como LinkedIn dentro del sector industrial, **puede marcar la diferencia**.

ABM

¿A través de qué acciones realizan la estrategia de marketing basado en cuentas objetivo?

Gana el mailing

Con un **18,42%**





- ✓ Campañas PPC a audiencia ABM
- ✓ Mailing personalizado
- ✓ Prospección de contactos objetivo
- ✓ Generación de contenidos para empresas específicas
- ✓ Interacción en redes sociales con empleados de entidades objetivo

Hugo de Juan

CEO

encamina
PIENSA EN COLORES

ENCAMINA es una Consultora Tecnológica con más de 20 años de experiencia en el sector TIC. Su misión es **impulsar la productividad e innovación de organizaciones medianas y grandes** de todo el mundo mediante proyectos y servicios gestionados, aprovechando sus productos de gestión del conocimiento, su excelencia en tecnología Microsoft y su actitud Piensa En Colores"

Conoce más de Encamina en su **Linked in**



Eugenia Monforte

Marketing & Ecommerce manager

@camerfirma in

- ✓ Prospección de contactos objetivo
- ✓ Campañas PPC a audiencias ABM
- ✓ Mailing personalizado
- ✓ Generación de contenidos para empresas específicas
- ✓ Interacción en RRSS con empleados de entidades objetivo

- ✓ Prospección de contactos objetivo
- ✓ Mailing personalizado
- ✓ Interacción en RRSS con empleados de entidades objetivo



Anónimo

Director general

EMPRESA



- ✓ Prospección de contactos objetivo
- ✓ Telemarketing telefónico basado en cuentas
- ✓ Generación de contenidos para empresas específicas

Federico Maldonado

Director ejecutivo



- ✓ Prospección de contactos objetivo
- ✓ Campañas PPC a audiencias ABM
- ✓ Mailing personalizado
- ✓ Generación de contenidos para empresas específicas
- ✓ Interacción en RRSS con empleados de entidades objetivo

Fran Molla

Sales & Marketing developer



- ✓ Campañas PPC
- ✓ Mailing personalizado
- ✓ Prospección de contactos objetivo
- ✓ Generación de contenidos para empresas específicas
- ✓ Interacción en redes sociales con empleados de entidades objetivo
- ✓ Telemarketing telefónico

Cristina Ralo

Especialista en Marketing & Ecommerce

HOMMAX

Hommax distribuye productos electrónicos de seguridad y ofrece soluciones especializadas para proyectos de CCTV, Intrusión, Control de Accesos, Análisis de Vídeo e Incendio. Lidera el mercado de la distribución con una fuerte presencia en España y Portugal, creciendo y abriendo delegaciones en las principales zonas estratégicas de la península. **Se caracteriza por ser una empresa tecnológica e innovadora** donde la digitalización juega un papel fundamental en el desarrollo interno del equipo y en el servicio que se le da al cliente, excepcional y diferencial en el sector.

Conoce más de Hommax en su [Linked in](#)

Personalización

Las estrategias ABM consisten en diseñar acciones y contenidos específicos para empresas/cuentas concretas. En 2022, **el recurso del ABM como estrategia ha aumentado su presencia** en los planes de acción de manera exponencial.

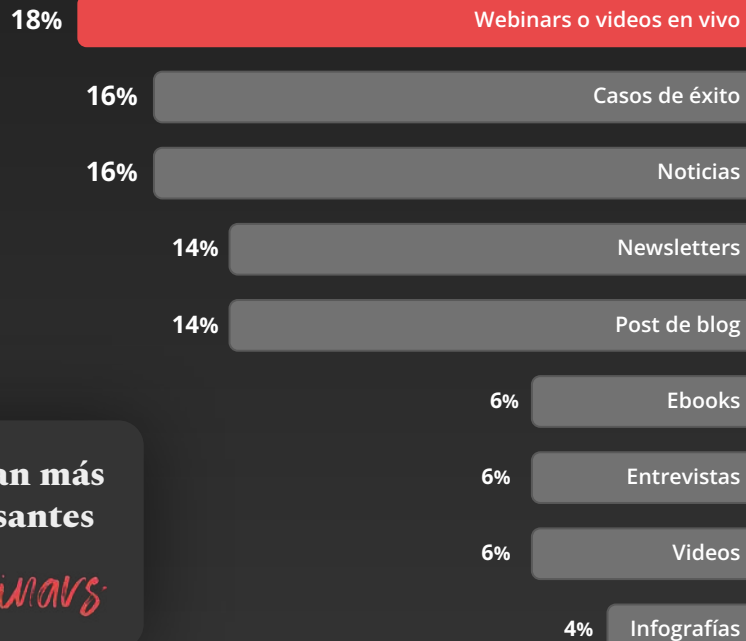
En el sector industrial, muy a menudo la calidad del Lead prima sobre la cantidad de los mismos, y es ahí, cuando enfocarnos en clientes potenciales concretos de máximo interés, puede ayudarnos a generar un mayor ROI y liberar esfuerzos de fuerza de venta discrecional. Es por ello que tan **solo el 23% de encuestados afirman a día de hoy no haber enfocado ya acciones ABM**, cuando hace tan solo un año este enfoque era un gran desconocido para el sector en cuanto a Marketing digital se refiere.

Marketing

¿Qué tipos de contenidos resultan más interesantes a los profesionales del sector industrial?

Resultan más interesantes

Webinars





✓ Noticias

✓ Casos de éxito

Manuel Artero

Gerente y responsable comercial

artero[©]

Artero Consultores es una **consultoría de negocio (VAR Partner de SAP Business One)** cuyo principal objetivo es aportar valor a sus clientes, mediante la aplicación, **gestión e integración de las últimas técnicas de dirección empresarial** y de las mejores herramientas tecnológicas.

Conoce más de Artero en su **Linked **

✓ Noticias

✓ Casos de éxito

Alberto Herraiz

Director general

 **FONGASCAL** 



✓ Noticias

✓ Post de blog

Javier Abad

Comunicación y Marketing

 **CALTEX** 





✓ Webinars y Video en directo

✓ Post de blog

María Cabello

Marketing and Communication Manager



✓ Webinars y Video en directo

✓ Infografías

Javier Monrabal

Director General



✓ Infografías

✓ Ebooks descargables

Anónimo

CEO

EMPRESA

Polymer Char

Polymer Char es una **compañía tecnológica española fabricante de instrumentación analítica de polímeros**. Su tecnología va destinada a la industria petroquímica y de investigación. Actualmente, sus instrumentos se encuentran en 27 países, y **la compañía provee de servicios de análisis químico y de laboratorio en más de 39 países**, cubriendo toda la geografía internacional.

Conoce más de Polymer Char en su **Linked in**

Webinars

La pandemia trajo el webinar y el uso de directos al sector, y **han venido para quedarse** por su utilidad y facilidad de uso.

Por otro lado, el empleo de **casos de éxito** sigue siendo otro año más una manera muy eficaz de contar las ventajas de una empresa, a través de una historia real de la misma. La sección de noticias de la compañía, aunque en descenso, sigue muy presente en la estrategia de marketing de contenidos en empresas industriales.

Tech marketing

¿Qué aspectos técnicos deberían potenciar de manera **prioritaria** los negocios industriales en 2023?



- ✓ Aplicar mejoras concretas que aumenten la capacidad de conversión de la web (CRO)

Henry Lima

Especialista en comunicación y Marketing digital



GD GeneralDrones

General Drones es una empresa fundada en el 2015 por Adrián Plazas y Enrique Fernández, quienes unen su know how en Salvamento, Ingeniería Industrial y la tecnología de los drones. Tras observar la carencia por parte de los equipos de salvamento y socorrismo de reducir los tiempos de respuesta, proponen una innovadora solución: Auxdron. General Drones diseña y fabrica drones. Su diseño estrella es Auxdron LFG, **el dron que salva vidas en playas** junto a los equipos de salvamento y socorrismo.

Conoce más de General Drones en su [Linked in](#)

- ✓ Actualizar o migrar a versiones de CMSs más avanzadas.



Pablo Gómez

Director de desarrollo de negocio y e-commerce



- ✓ Desarrollar una intranet cloud para facilitar el acceso a los contenidos internos

Victoria Millan

Directora de Marketing



- ✓ Rediseñar el front-end web en busca de la mejor UX/UI

Hugo de Juan

CEO



- ✓ Integrar CRM (Marketing) y ERP (Comercial/General)

Javier Vicent

CMO

DOLZ
...yes we have!

Con más de 80 años de historia, Industrias Dolz es líder mundial en la fabricación de bombas de agua y kits de distribución para la industria de repuestos.

Hoy Dolz cuenta con una red internacional establecida en España, Argentina, China e Italia, entre otros países, y tres plantas productivas en España, China y Argentina certificadas ISO 9001, fabricando más de 1.300 referencias de bombas de agua y kits de distribución.

La filosofía de DOLZ es producir un producto de excelente calidad que mejore todas las prestaciones.

Conoce más de Dolz en su [Linked in](#)

Integración

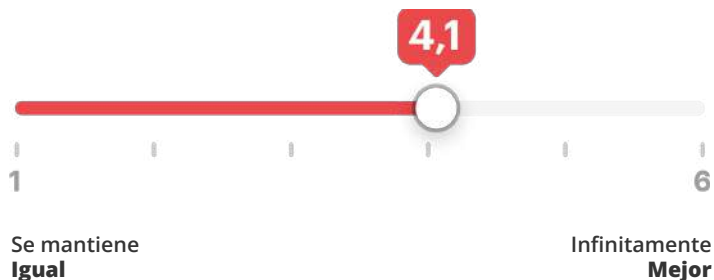
Por todos es sabido que los departamentos de Marketing y Comercial aun persiguiendo un mismo fin, comen de platos bien distintos. La comunicación y colaboración entre ellos viene mejorando notablemente en los últimos años, sin embargo, es cierto que su día a día es radicalmente distinto empezando por las propias herramientas de trabajo básicas. Del mismo modo que las personas de ambos departamentos deben adherirse, sus principales herramientas de trabajo deben vincularse bidireccionalmente. Desde un punto de vista técnico de Marketing digital, esto se traduce en **integrar CRMs y ERPs**.

En menor medida, la mejora continua de las **experiencias de usuario (UX&UI)** y la **capacidad de la conversión (CRO)** de los *websites* de las empresas participantes son otras de las grandes preocupaciones a tener en cuenta en cuanto al Tech Marketing. Mientras que según qué realidades, el **desarrollo de Intranets** o **Hubs de contenido** privado, serán también algo a tener en cuenta.

Pensando en tu empresa

¿Cuánto ha mejorado la relación / coordinación entre Ventas y Marketing?

Los encuestados opinan:



A circular profile picture of a man in a white shirt with a CALTEX logo. To the left is a black square with the LinkedIn logo. To the right is a progress bar with a scale from 1 to 6, a red bar, and a white circle marker at 4. Below the bar are the labels 'Se mantiene Igual' and 'Infinitamente Mejor'. Below the profile picture is the name 'Javier Abad' and the title 'Comunicación y Marketing'.



CALTEX es un Centro de soluciones relacionadas con la Metrología, calibraciones y mediciones. Una empresa con contrastada experiencia en el sector de la instrumentación y la Metrología. Su capacidad tecnológica a través de su Centro de Metrología y calibración y los reconocimientos de su competencia técnica por parte de ENAC (Entidad Nacional de Acreditación) le convierte en un laboratorio de referencia para la industria.

Conoce más de Azzar Group en su [Linked in](#)



Julio Montserrat
Head of digital Marketing & Ecommerce



Diego J. López
Director comercial & Marketing
felman



Tecnopacking, S.L.U ofrece soluciones globales en embalaje, envases y protección. **Con más de 25 años de experiencia en el sector y un amplio equipo de profesionales dinámico, innovador y resolutivo, aportan soluciones de alto valor añadido.** Está presente en todo el territorio nacional y Portugal. Además se integra en la multinacional Bunzl, presente en 33 países y con más de 16.000 empleados, lo que hace posible atender las necesidades de sus clientes a nivel global.

Conoce más de Tecnopacking en su **Linked**



Alberto Herraiz
Director General
FONGASCAL

Entendimiento

Las previsiones que hicieron nuestros expertos el año anterior se han cumplido y ambos departamentos han acercado posturas notablemente, obteniendo la relación existente entre ambos equipos una media de **4,1 sobre 6**.

Podemos ver por fin, como la importancia del marketing en todas las etapas de la conversión toma una **tendencia al alza**, incluso en las fases finales, aspecto que no sucedía en el pasado.

Puntuando

¿Qué puntuación tiene la cohesión entre los departamentos comerciales y los equipos o agencia de marketing en el sector industrial?

Los encuestados opinan:



Victoria Millan

Directora de Marketing

azzar
GROUP

Azzar Group es un grupo empresarial dedicado a la **fabricación de bolsos y complementos de moda**. Su crecimiento a nivel internacional durante los últimos años ha situado a la empresa como actor referente en el sector. Azzar Group fue fundada en 1996, acunada bajo la tradición marroquina de una familia de emprendedores. Hoy en día, liderada por la tercera generación, es una **empresa dinámica en constante crecimiento**, con un equipo joven y comprometido, que sigue manteniendo vivos los valores que iniciaron aquel proyecto hace más de 20 años: **pasión, dedicación y calidad**.

Conoce más de Azzar Group en su **Linked** 



Javier Sánchez García

Catedrático y docente de Marketing



Fran Molla

Sales & Marketing developer



UJI UNIVERSITAT
JAUME I

La Universitat Jaume I de Castellón (UJI) es la **universidad pública del norte de la Comunidad Valenciana**. Creada en el año 1991, la UJI se ha posicionado como una universidad de proximidad caracterizada por el trato personalizado, la agilidad de los procedimientos administrativos y un significativo nivel de participación de sus miembros en la vida universitaria, gracias entre otros factores a una población de cómodas dimensiones –con unos 15.000 estudiantes– y un campus integrado, de instalaciones modernas, funcionales y sostenibles.

Conoce más de UJI en su [Linked in](#)



Eugenia Monforte

Marketing & Ecommerce manager

@camerfirma



Mejorable

El avance apreciado del sector en otras facetas del marketing digital acercándose cada vez más al camino abierto por las empresas B2C, parece no tener su reflejo en la relación entre agencia y empresa industrial.

Con un discreto 5,8 es evidente que **hay margen de mejora** en este punto. Adaptarse a las necesidades y canales concretos de cada situación, será la clave para incrementar el grado de satisfacción y de entendimiento por parte del cliente final.

Tendencias

¿Qué tendencia o novedad deberíamos seguir muy de cerca en el sector industrial durante 2023?

“



Acciones de marketing en el metaverso. Generar experiencias para el consumidor que nunca antes ha vivido. **"Marketing y Metaverso"** como titular de lo que viene en los próximos años y que ya es una realidad.

Federico Maldonado

Director ejecutivo

1Priopcion™

Empresa de marketing promocional en Valencia, expertos en la gestión de promociones en el punto de venta, canal, retail y al consumidor final con **más de 25 años de experiencia**.

Cubre de manera integral tus necesidades para la realización de cualquier acción promocional, ya **sea online o en punto de venta**.

Conoce más de Priopcion en su **Linked in**

Aparecerán un montón de **aplicaciones y procesos basados en tecnología Blockchain** que habrá que ver de cerca, ya que hará que procesos que actualmente conocemos se lleven a cabo de una manera totalmente distinta, y mejoren la productividad de las empresas

María Guijarro

Directora de Investigación e innovación docente



”

“

En el sector industrial habrá que estar muy atentos a todo lo que vaya ligado a la **inteligencia artificial adaptativa**, las **superaplicaciones** y todo lo que gire en torno a la **sostenibilidad**, dado que vivimos en un casi estado de emergencia climática y medioambiental

En un contexto más general de B2B, todo lo que tenga que ver con el **neuromarketing**.

“



Aún queda mucho por hacer en marketing y comunicación en este sector. El vídeo y el podcast son, bajo mi punto de vista, los dos canales/tipo de contenido estrella de estos años.

Cristina Ralo

Especialista en Marketing & Ecommerce



Pablo Gomez

Director de desarrollo de negocio y e-commerce



La industria de la logística actualmente ya se está centrando en la eficiencia operacional y flexibilidad de los almacenes, todo esto de la mano de la **tecnología y el cuidado del medio ambiente**. Durante el 2023 prevemos un aumento con respecto a exigencias de **automatización** según necesidades y demandas del mercado. Para cubrir dichas exigencias y, según nuestros análisis, las tendencias del mercado irán a:

- Mayor enfoque en sostenibilidad
- Aumento de transparencia en la cadena de valor
- Delegación de tareas mecánicas, peligrosas y rutinarias a la IA
- Crecimiento de la incorporación de sistemas AGVs (vehículo de guiado automático) combinado con sistemas automáticos

Fran Molla

Sales & Marketing developer



”

Inteligencia Artificial, IoT, **Desarrollo Sostenible**, Emprendimiento

Teresa Giner

Directora de Marketing



Santiago Herráiz

PIM Manager



La **monitorización** y posterior analítica de todos los procesos industriales

”

“

Eficiencia energética e implantación **energías renovables**

Alberto Herraiz

Director general



Innovación

La aparición de nuevos inputs en el sector en forma de **nuevas aplicaciones tecnológicas** puede resultar incluso abrumadora. Sistemas de lectura como el **RFID** o **NFC**, la capacidad analítica y predictiva del **Big Data** y **Machine Learning** o la **Inteligencia Artificial**, disparan las posibilidades de automatización y robotización de las industrias, tanto a nivel productivo, logístico o de Management. El **IoT** alcanza máximos aplicados a la industria.

Por otro lado, la **eficiencia energética**, bien sea por propio ahorro de costes o exigencia legal, así como por reducción de **impacto ecológico**, son una vía de evolución obligada.

La Digitalización de la industria es desde hace tiempo una realidad necesaria que empuja de manera exponencial el desarrollo de cualquier industria, que, por nuestra propia supervivencia y la del planeta, deberá ser sostenible y tener siempre un ojo puesto en la reducción de la huella de carbono generada.

Carlos de Cózar



Tecnología
para los negocios

ticnegocios.camaravalencia.com



¿ Cómo ayudamos a las empresas industriales a trazar una hoja de ruta digital ?

Desde Tecnología para los Negocios ofrecemos:

- **Recursos gratuitos** sobre digitalización en formato vídeo, artículos, podcasts, guías, noticias e informes.
- **Asesoramiento gratuito en digitalización** en Valencia capital y 13 municipios de la provincia.
- **Dos grandes congresos y multitud de jornadas, talleres y webinars** para ofrecer herramientas de digitalización al sector industrial.
- **Bolsa de empleo** para encontrar personal técnico y cualificado en tecnología.
- **Catálogo de empresas tecnológicas** homologadas y especializadas en digitalización.
- **Financiación y asesoramiento en ayudas y subvenciones** para proyectos tecnológicos.
- **Programa TV sobre actualidad y novedades** del sector de la tecnología.

¿ Qué es lo que nos apasiona del Marketing industrial ?

Acostumbro a decir que el trabajar en una agencia especializada en marketing B2B e industrial tiene grandes ventajas. En mi caso es poder conocer nuevos sectores. Sumergirme de lleno en nuevos proyectos. Descubrir nuevas tendencias, procesos y soluciones. Ver la simbiosis que existe entre el marketing y cualquier negocio. Saber reconocer qué sectores traccionan con qué servicios.

Como un buen sommelier, saber aconsejar qué estrategia marida mejor con tal empresa o negocio.

2022 será recordado como el año del Account Based Marketing. Hemos visto cómo el sector ha crecido y madurado. También que se necesitan acciones más personalizadas y, sobre todo, mejor enfocadas. La tendencia nos habla de la importancia de la creación de relaciones y de la digitalización, ya que toda empresa que no se haya subido ya a este carro, llega tarde.

En 2023 apostaremos por compartir proyectos donde la cultura, filosofía, estrategia y procesos sean protagonistas y, además, estén en línea con la demanda del mercado. Aquí y ahora apuesto a que el 2023, pese a las incertidumbres del mercado que nos asolan por todos los frentes, será un año de crecimiento.

Un apasionado del marketing



Raúl Ferrer

Okisam

okisam.com



Esperamos este **2023**, como todos los años,
ayudar a mejorar el marketing digital
industrial.

Todos ellos, verán los resultados.

¡ Muchas Gracias !