



Sí Señor Agencia, laboratorio de publicidad

Sí Señor Agencia, hasta ahora la única empresa Latinoamericana declarada como especialista en Growth Marketing, ahora evoluciona al modelo Scientific Advertising: experimentación científica aplicada a procesos publicitarios. “Realizamos experimentos y laboratorios a la medida de las marcas para definir tácticas comprobadas que las lleven a tener crecimientos sostenibles en el tiempo”, asegura Manuela Villegas Jaramillo, CEO de Sí Señor Agencia.

Reto

Para la CEO de Sí Señor Agencia, un gran reto ha sido eliminar la automatización del inbound marketing y sacarlo como un proceso aparte en el que predomine la minería de datos y en el que los científicos de data puedan aportar valor y evolucionar a un first, second y third party data, para poder tener una investigación perfecta sobre el comportamiento del usuario.

Solución planteada

Todas las soluciones de Sí Señor Agencia están basadas sobre la minería e inteligencia de la base de datos, haciendo una antropología social sobre el big data para entender el qué, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué de un usuario, con el fin de que reciba información precisa y valiosa. “Nosotros somos los únicos que estamos privilegiando no la creatividad, sino la experimentación científica y la data por encima de cualquier otro criterio”, dice Villegas.



Resultados

Los resultados de la agencia son positivos y se ven reflejados en el aumento de ventas de sus clientes, costos por adquisición rentables, o diferentes reconocimientos del sector como la nominación a los Premios Top 10 P&M 2019 en la categoría de Agencia Independiente.

“Más allá de estos buenos resultados, tenemos una responsabilidad social sobre la data y demostramos que el radicalismo sobre la información hace que un usuario se sienta consentido con la publicidad y no atosigado con ella”, indica la experta del sector.

Testimonio del líder del equipo

“La evolución que hemos tenido ha hecho que podamos desmentir el inbound marketing, y tener procesos y servicios totalmente diferentes; también ha demostrado que una experimentación científica desde la validación de hipótesis, hace que los costos por adquisición de clientes bajen, la adquisición de clientes se mantenga y la retención se potencialice”, señala la CEO de Sí Señor Agencia.