

MODELO ESTRATÉGICO HÍBRIDO - CARRILLO ABOGADOS

ENFOQUE DE DOS VELOCIDADES 2026

VELOCIDAD 1: "MOTOR FUTURO" - TECH & INNOVACIÓN (60% RECURSOS)

ESTRATEGIA PRINCIPAL: INBOUND MARKETING

Por qué Inbound para Velocidad 1:

- **"El Innovador en Expansión"** busca activamente soluciones legales para PI cuando las necesita
- Ciclo de compra B2B complejo donde el cliente investiga antes de decidir
- Keywords de alta intención: "cómo proteger software", "registro marca startup", "abogado PI tech"
- Educación continua es necesaria porque el mercado desconoce la importancia de PI

Mecanismo del Inbound: Respondemos a búsquedas activas mediante contenido específico que educa y posiciona a Carrillo como la autoridad en PI para tech. Opera en dos modalidades:

- **Orgánico (SEO):** Contenido optimizado que responde a búsquedas sin pagar
- **Pauta (SEM):** Google Ads para keywords de alta conversión

Framework Táctico: Motor Futuro ("Tech & Innovación")

Estrategia Principal: Inbound Marketing, complementado con **Account-Based Marketing (ABM)**. **Enfoque:** Atraer, educar y convertir a "El Innovador en Expansión" a través de contenido de valor que responda a sus búsquedas activas, y al mismo tiempo,

"cazar" de forma selectiva las cuentas de mayor potencial dentro del ecosistema tecnológico.

A continuación, se detallan las **Tácticas Generales** seleccionadas y las **Acciones Clave** para ejecutar esta estrategia.

Táctica General 1: Contenidos (Educativos)

Esta es la base de todo el motor. Su objetivo es crear el combustible intelectual que alimentará nuestras campañas de Inbound y ABM, posicionándonos como la principal autoridad en propiedad intelectual para el sector tech.

- **Acciones Clave:**

- **Creación de Lead Magnets Trimestrales:** Desarrollar 4 activos descargables de alto valor durante el año para capturar leads cualificados.
 - *Ejemplos:* "Guía Completa: De la Idea a la Patente en 90 Días", "Checklist Due Diligence: Lo que Inversores Revisan de tu PI", "Toolkit Legal para Startups".
 - **Publicación de Blog SEO Optimizado:** Mantener una cadencia de publicación de 2 artículos semanales (104 al año) enfocados en responder las dudas específicas de nuestros *buyer personas* (CEOs y CTOs).
 - **Desarrollo de Webinars Educativos:** Producir 4 webinars trimestrales de alto impacto, con la participación de co-hosts relevantes del ecosistema (VCs, CTOs exitosos) para generar engagement y capturar SQLs.
-

Táctica General 2: SEO (Posicionamiento)

El objetivo de esta táctica es dominar los resultados de búsqueda para que cualquier empresa de tecnología que busque activamente soluciones de PI en Colombia nos encuentre primero.

- **Acciones Clave:**

- **Rediseño y Arquitectura Web:** Ejecutar en el Q1 de 2026 el rediseño completo del sitio web, con una arquitectura optimizada para SEO, una experiencia de usuario (UX) fluida y claros llamados a la acción (CTAs) para la conversión.
 - **Optimización de Contenidos (On-Page):** Asegurar que cada artículo de blog y página del sitio web esté perfectamente optimizado para las *keywords* objetivo, tanto de alta intención como *long-tail*.
 - **Estrategia de Link Building:** Gestionar la publicación de artículos como invitados (*guest posts*) en medios de alta autoridad para construir la reputación y el ranking de nuestro dominio web.
-

Táctica General 3: Pauta Digital (Performance)

Esta táctica nos permite capturar demanda inmediata y dirigir nuestro mensaje a audiencias específicas de forma controlada y medible.

- **Acciones Clave:**

- **Campañas de Google Ads (SEM):** Invertir en campañas de búsqueda para palabras clave de alta conversión (ej. "abogado propiedad intelectual bogotá", "patente de software") para capturar a quienes necesitan una solución de forma inmediata.
 - **Campañas de LinkedIn Ads (Inbound):** Utilizar formatos como Lead Gen Forms para promocionar nuestros *lead magnets* y webinars a una audiencia segmentada por cargo, sector y tamaño de empresa en el ecosistema tech.
 - **Campañas de Retargeting (ABM):** Implementar una campaña específica en LinkedIn dirigida exclusivamente a la lista de 100 empresas objetivo, mostrándoles contenido personalizado y casos de estudio.
-

Táctica General 4: Automatización (Lead Nurturing)

El objetivo de esta táctica es convertir el tráfico y los leads generados en oportunidades de negocio reales, a través de una comunicación continua y personalizada.

- **Acciones Clave:**

- **Implementación de Secuencias de Email:** Crear flujos automatizados de correos que se activan tras la descarga de un *lead magnet*, nutriendo a los MQLs con contenido adicional hasta que estén listos para una conversación (SQL).
 - **Distribución de Newsletter Semanal ("TechLaw Insights"):** Mantener a nuestra base de suscriptores comprometida y educada a través de un boletín semanal de alto valor.
 - **Segmentación de Base de Datos en CRM:** Clasificar y etiquetar a todos los prospectos según su perfil (*buyer persona*) y su comportamiento para personalizar toda la comunicación futura.
-

Táctica General 5: Vozería Expertiza (Digital)

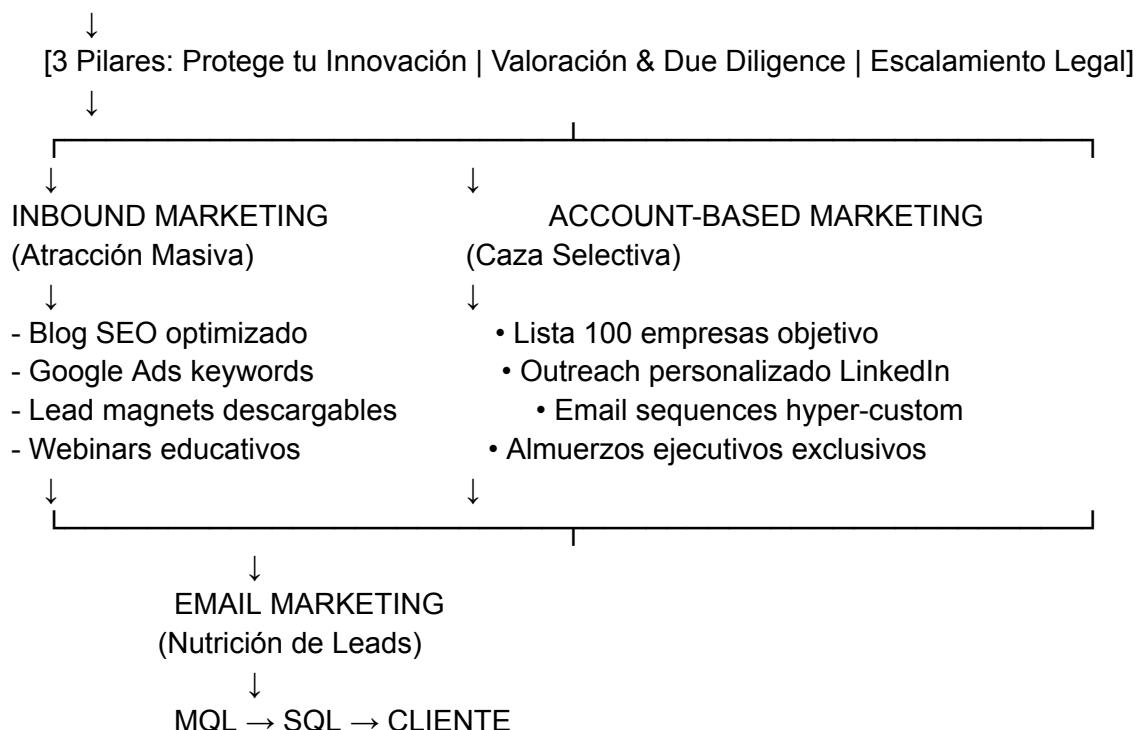
Esta táctica busca construir y amplificar la autoridad de nuestros socios como líderes de opinión en el ecosistema digital, generando confianza y atrayendo oportunidades de alto nivel.

- **Acciones Clave:**

- **Marca Personal en LinkedIn:** Ejecutar un plan de contenidos para los perfiles de los socios (especialmente Omar Carrillo), con 3 publicaciones semanales enfocadas en la intersección de derecho, tecnología y negocios.
- **Moderación y Liderazgo de Webinars:** Posicionar a los socios como anfitriones y moderadores de conversaciones relevantes, utilizando los

- webinars no solo para enseñar, sino para conectar con otros líderes del ecosistema.
- **Outreach Personalizado (ABM):** Utilizar los perfiles de los socios para el contacto directo y no automatizado con los C-Levels de las 100 empresas objetivo, extendiendo invitaciones a eventos exclusivos o compartiendo análisis relevantes para ellos.

MARKETING DE CONTENIDOS (BASE)



VELOCIDAD 2: "MOTOR ACTUAL" - CONTRATACIÓN & LITIGIOS (40% RECURSOS)

ESTRATEGIA PRINCIPAL: FLYWHEEL

Por qué Flywheel para Velocidad 2:

- **Clients actuales de contratación estatal son la base del negocio (ciclo perpetuo)**
- **No buscamos "captar nuevos clientes masivamente", sino maximizar el valor de los existentes (upselling/cross-selling)**
- **El cliente empieza con un contrato simple → evoluciona a litigios → necesita consultoría recurrente → nos refiere**

- **Modelo circular (no lineal): Descubrimiento → Entendimiento → Compra → Vuelve a empezar**

Mecanismo Flywheel: El cliente nunca "termina" su relación con Carrillo. Constantemente está siendo nutrido con contenido técnico de alto valor, invitado a eventos exclusivos, y recibiendo insights proactivos sobre cambios regulatorios. Esto mantiene el engagement perpetuo y genera:

1. **Recompra (nuevos servicios del mismo cliente)**
2. **Upselling (servicios más complejos/caros)**
3. **Cross-selling (otras áreas: litigios → consultoría preventiva)**
4. **Referidos (embajadores que traen clientes similares)**

Framework Táctico Refinado: Motor Actual ("Contratación & Litigios")

Estrategia Principal: Flywheel Enfoque: Maximizar el valor de la base de clientes actual a través de la retención, expansión (*upsell/cross-sell*) y la generación de referidos de alta calidad, manteniendo a nuestros clientes en un ciclo perpetuo de valor.

Táctica General 1: Contenidos de Autoridad

Esta táctica es el combustible del Flywheel. Su objetivo es crear y distribuir activos de conocimiento de alto valor que refuercen nuestra posición como líderes técnicos y mantengan la relevancia con nuestra audiencia clave.

- **Acciones Clave:**
 - **Desarrollo de Whitepapers Trimestrales:** Crear 4 documentos técnicos de análisis profundo al año sobre temas regulatorios y jurisprudenciales críticos.
 - *Ejemplo Q1: "Análisis del Impacto del Proyecto de Ley 467/2024 para Contratistas del Estado".*
 - *Ejemplo Q2: "Nuevas Tendencias y Lecciones en Litigios Contractuales de Infraestructura 2025".*
 - **Publicación de Boletín Mensual ("Contratación Estratégica"):** Diseñar y distribuir un boletín exclusivo para una lista curada de 200 contactos clave, con análisis de jurisprudencia y actualizaciones normativas de la SIC.
 - **Gestión de Artículos de Opinión en Medios:** Asegurar la publicación de 6 artículos al año firmados por los socios en medios de negocios de primer nivel como *La República* y *Portafolio*, para solidificar el liderazgo de pensamiento.

Táctica General 2: Vicería Expertiza

Esta táctica se enfoca en personificar nuestra autoridad. Traduce el conocimiento técnico en influencia directa a través de la presencia y la marca personal de nuestros socios en los círculos donde se toman las decisiones.

- **Acciones Clave:**

- **Gestión de Networking Estratégico:** Garantizar la participación activa en comités y eventos de gremios clave como la Cámara Colombiana de Infraestructura (CCI) y ANDESCO, incluyendo el patrocinio selectivo de 1 o 2 eventos anuales de alto impacto.
 - **Ejecución de Eventos Propietarios:** Organizar 4 almuerzos ejecutivos exclusivos al año para grupos selectos de directores jurídicos y C-Levels, con una agenda de alto valor para discutir desafíos sectoriales.
 - **Programa de Speaking Engagements:** Posicionar a los socios como ponentes en congresos, foros y seminarios relevantes para el sector, con una meta de 8 participaciones anuales.
 - **Amplificación de Marca Personal en LinkedIn:** Desarrollar una línea de contenido de autoridad para los perfiles de los socios, enfocada en análisis técnicos profundos y opiniones sobre reformas legales, para reforzar su posicionamiento como referentes en contratación estatal.
-

Táctica General 3: Automatización Relacional

Utilizamos la tecnología para escalar la personalización y la proactividad, asegurando que cada cliente se sienta atendido de manera única y oportuna, fortaleciendo así el ciclo del Flywheel.

- **Acciones Clave:**

- **Análisis de Cuentas para Personalización:** Realizar una auditoría trimestral en el CRM para analizar el portafolio de servicios de cada cliente, identificar proactivamente oportunidades de *cross-sell* y *upsell*, y segmentar la base de datos para una comunicación ultra-relevante.
- **Implementación de Secuencias de Nutrición:** Basado en el análisis anterior, crear flujos de correo automatizados para entregar contenido de valor (boletines, *whitepapers*, invitaciones a eventos) de manera segmentada y personalizada a clientes actuales, ex-clientes y prospectos cualificados.
- **Sistema de Alertas Regulatorias Proactivas:** Configurar un sistema que monitoree y envíe automáticamente alertas sobre cambios normativos críticos que afecten específicamente a los clientes según su industria.
- **Gestión del Programa de Referidos:** Automatizar el sistema de seguimiento, agradecimiento e incentivos para los clientes que generen referidos, asegurando que se sientan valorados y se fomente la recomendación.

MARKETING DE CONTENIDOS B2G (BASE)

