

Vibe Marketing

Cuando la inteligencia artificial aprende a conectar con humanos

Una charla de Diego Ganoza

Tu marca gasta más y conecta menos. Y lo sabes.

- Más canales. Más contenido. Más pauta. Más influencers. Más todo. Y sin embargo, tus clientes no recuerdan qué vieron ayer.
- Compran una vez y no vuelven. Ven el anuncio y no sienten nada.
- Eso no es marketing. Eso es ruido pagado. La visibilidad sin emoción es como gritar en una fiesta donde todos gritan: técnicamente hablaste, pero nadie te escuchó.
- Lo que se compra con pauta es atención temporal. Lo que se gana con emoción es un cliente que vuelve solo.

Esta charla es para quienes están cansados de ese ciclo. Para quienes intuyen que hay otra forma, pero no saben cómo estructurarla.

Quién te lo va a contar

Diego Ganoza. CEO de Collective Intelligence, consultora que ayuda a empresas de todas las industrias en Perú y Latinoamérica a implementar IA de manera responsable.

- Autor de *Nunca es tarde para ser extraordinario*, el libro que acerca la inteligencia artificial a quienes creen que llegaron tarde a la revolución digital.
- No es un teórico. Trabaja todos los días con empresas reales resolviendo problemas reales.
- Lo que va a compartir viene de ahí, no de papers ni de tendencias de LinkedIn.

Qué es Vibe Marketing

En simple: usar inteligencia artificial para escalar conexión emocional real.

- No es "hacer más contenido con IA". Es hacer que cada cliente sienta que la marca le habla a él.
- Personalizado. Relevante. Humano. Pero a escala.
- La emoción es el algoritmo original. Antes que cualquier tecnología, los humanos compramos lo que nos hace sentir algo.
- La IA Generativa (GenAI) no reemplaza eso, lo amplifica. La tecnología es el motor. La vibra es el volante.

Esto ya está pasando

- **OXXO** ya vendía bien con publicidad tradicional, pero cada vez que bajaba la inversión, bajaban las ventas, creando un círculo vicioso. Al integrar data + GenAI, dejaron de empujar productos y empezaron a crear experiencias que la gente comparte sola. Esto resultó en ventas sostenidas, viralidad orgánica y récord de descargas. Cuando la marca deja de gritar y empieza a acompañar, el cliente se queda.
- **Dellepiane**, en Perú, reemplazó el clásico "Domingo 2x1 en postres" por videos personalizados. Estos videos incluían el nombre del cliente, recordaban su primera compra y se adaptaban a cumpleaños o fechas especiales. Se generaron en minutos, con decenas de versiones distintas. El cliente no se siente parte de una base de datos, sino parte de una historia.
- La IA no escala contenido. Escala intimidad.

Por qué importa ahora

- Las herramientas ya existen, pero la mayoría de tus competidores todavía no sabe usarlas bien. Esa ventana no va a durar para siempre.
- Quienes entiendan primero cómo combinar emoción + data + GenAI van a construir relaciones con sus clientes que los demás no van a poder replicar.
- Pueden copiar tu promoción, pero no pueden copiar tu vibra.
- Puedes seguir googleando sobre el tema o viendo webinars genéricos. O puedes venir a una charla diseñada para que salgas sabiendo exactamente qué hacer diferente el lunes.

Qué te llevas

- Definición concreta de Vibe Marketing. Sin buzzwords, sin humo.
- Casos reales -globales y peruanos- con lo que funcionó y lo que no.
- La diferencia entre visibilidad y vibración, y cómo reordenar tu marketing a partir de eso.
- Herramientas específicas y cómo combinarlas sin fanatismo tecnológico.
- Ideas que puedes ejecutar al día siguiente. No teoría para algún día.

Y además, te llevas esto

Cada asistente recibe acceso gratuito a dos recursos que no va a encontrar googleando:

1. **El libro "Nunca es tarde para ser extraordinario"** (versión digital completa). El libro que está ayudando a miles de profesionales a entender la IA sin tecnicismos y a usarla para reinventarse. Tuyo, gratis, por asistir.
2. **La Guía para medir el nivel de Vibe en tu empresa.** Una herramienta práctica para diagnosticar qué tan bien conecta tu marca hoy y dónde están las oportunidades reales. El punto de partida que la mayoría no tiene.

La meta

Que salgas sintiendo: "Esto lo aplico mañana y mi marca conecta distinto". No es una charla para aprender sobre IA. Es una charla para dejar de hacer marketing que nadie recuerda.