



INTELLZ

CONSULTORÍA POLÍTICA

araintel

INTELLZ

COMPETITIVE INTELLIGENCE + STRATEGY

¿Quiénes son?

Intellz Inc. es una consultoría estratégica estadounidense fundada en Dallas, Texas en 2017 por Mark P. Campbell que atiende tanto a clientes políticos como a clientes corporativos. Independientemente del reto, ofrecen servicios de inteligencia respaldados por análisis de patrones contrastados para entender tanto las acciones de uno mismo como la del resto de adversarios políticos con el objetivo de construir campañas reputadas y mensajes ganadores para sus clientes, sean un grupo político o una marca.

¿Por qué Intellz para campañas?

Intellz, a diferencia de otras consultorías que simplemente ofrecen un volcado de datos, construye narrativas fundamentadas en la confianza con la finalidad de movilizar al electorado como las actividades ilegales o poco éticas, la hipocresía, la mala administración pública o actitudes indecorosas contra la ciudadanía. Son capaces de diseñar planes ganadores y de coordinar equipos a la vanguardia al ser capaz de reunir a las empresas de medios de comunicación mejor valorados de Estados Unidos, tanto online como offline; desde que son contratados hasta el día de las elecciones, Intellz se encarga de controlar cada detalle asegurando una victoria exitosa.

Avalan su trabajo 35 años de experiencia en consultoría de política nacional americana en la que han ganado elecciones en áreas republicanas, demócratas e indecisas en colaboración con los principales encuestadores, consultores de medios, empresas de correo, consultores generales y comités republicanos de los Estados Unidos.

¿Cuáles son sus principales servicios para campañas?

Investigación de la oposición: Investigación y evaluación de los oponentes, tanto rápida para simplemente conocer sus antecedentes como en profundidad y personalizadas adaptándose a las exigencias del cliente.

Estudios de vulnerabilidades: El equipo de vulnerabilidades Intellz se anticipa a cualquier incidente no deseado como el ataque de un oponente con el fin de ser capaces de responder y enfrentar cualquier desafío inevitable en campaña.

Consultoría general y Organización de base: Planes detallados y rigurosos que integran mensajes, mecánicas y gestión para garantizar el éxito.

Juicios de valor: Las campañas de Intellz no solo se someten al juicio del equipo, si no también al de los colaboradores y terceras personas con el fin de contar con la mayoría de las opiniones diversas posibles.

Departamento de Investigación de Campañas y Respuesta rápida: Intellz tiene la formación y recursos suficientes para ser capaces de ofrecer respuestas rápidas y comprensibles.

¿Por qué Intellz para corporaciones?

Al igual que en una campaña política, hace falta ir más allá de las cifras para que un negocio prospere. Intellz establece narrativas originales alrededor de una marca y sus productos y suministra datos precisos e información crucial a la alta dirección. Las relaciones públicas de Intellz posibilita presentar y guiar a cualquier empresa ante otras empresas o instituciones gubernamentales, protegiendo y agrandando la reputación de los negocios de sus clientes, lo que se traduce en claras ventajas competitivas. Un equipo experimentado en investigación de empresas posibilita conseguir esas ventajas competitivas a través de sus herramientas y conocimientos en inteligencia de negocios.

¿Cuáles son sus principales servicios para corporaciones?

Investigación de la oposición: Intellz emplea estrategias y tácticas de campañas políticas para recopilar y analizar la información necesaria para obtener una ventaja competitiva y gestionar con eficacia las narrativas mediáticas, las relaciones públicas y los asuntos gubernamentales. Se analizan todos los medios de comunicación, registros judiciales, presentaciones y políticas públicas.

Estudios de vulnerabilidad: Intellz sabe que la reputación de un negocio es igual a la de cualquier candidato político por lo que realiza estudios y crea posibles predicciones para afrontar cualquier desafío futuro.

Investigación y diligencia debida: Es importante que los clientes de Intellz sepan con quien hacen negocio. Ya sea una alianza estratégica, una incorporación de un nuevo miembro a la junta directiva o un clúster, Intellz investiga a todos aquellas personas o grupos cercanos al negocio.

Consultoría estratégica, asuntos públicos y respuesta rápida: Intellz ofrece respuestas rápidas a los clientes y un flujo de información ilimitado. También ofrece servicios de investigación para estar pendiente de las novedades del sector, tanto las expuestas en coberturas en los medios como en foros financieros y cambios legislativos en las políticas públicas estadounidenses, además de aconsejar al cliente sobre que alianzas estratégicas puedan ser las más prometedoras, o al contrario puedan acabar con la reputación de un líder y su campaña.

¿Quiénes componen el equipo de Intellz?



Como consultoría de inteligencia, Intellz protege el anonimato de sus empleados. No obstante, estos definitivamente están cultivados en los campos de la política, inteligencia, marketing y medios de comunicación. Sus dos cabezas públicas son su Presidente y CEO [Mark P. Campbell](#) y el COO, [Bill Collier](#).

Mark P. Campbell es un veterano de más de cuatro décadas en la gestión de campañas políticas, tanto locales como presidenciales. Ha ganado incluso en áreas tradicionalmente demócratas como Jersey City, Filadelfia o el norte de Virginia. Campbell ha sido también portavoz nacional del Partido Republicano apareciendo en televisión y ha impartido formación internacional sobre politología en el Instituto de Liderazgo y en el Instituto Republicano Internacional. Por su parte, Bill Collier se ha destacado por su inteligencia militar (es un marine veterano que trabajó para los EE. UU. Durante la Guerra Fría), capacidad de engagement y creación de contenido periodístico. Ha supervisado y gestionado centenares de campañas digitales y organizaciones. También ha sido asesor en gobernanza comunitaria y ha participado en las campañas nacionales republicanas. Tanto Campbell como Collier son dos analistas en inteligencia senior y gurús tecnológicos que han ocupado cargos relevantes con objetivos socialmente importantes y que han implementado estrategias disruptivas que les ha posibilitado gestionar campañas tanto locales como nacionales.



Análisis cualitativo de la marca corporativa:

Antes de entrar a considerar los aspectos cualitativos de la hoja de estilos de la página web de Intellz es importante sobrentender la simbología detrás del *branding*. Por ejemplo, el nombre es muy perspicaz al abreviar la palabra *Intelligence* y agregar una *z* al final que le da un toque moderno y contemporáneo.



La tipografía de Intellz es moderna mientras que el logo de la empresa puede tener varios significados pues el cuadrado es una figura que demuestra firmeza y rectitud. Lo que está claro es que ese cuadrado negro en el vértice superior izquierda hace referencia a la *i* de Intellz. Por su parte, la tipografía de la línea de texto inferior es más angular y estilizada, generando una sensación de retrofuturismo con bastante personalidad.

La empresa se adueña de una de las más célebres citas George Washington *"No hay nada más necesario que una buena inteligencia para frustrar a un enemigo astuto, y nada que requiera mayores esfuerzos para obtenerla"* reivindicando su posición republicana a la par que ligan su negocio con los inicios de la democracia estadounidense (algo bastante patriótico).

En cuanto a la hoja de cascadas, el diseño visual es limpio y contemporáneo, con un estilo corporativo muy común y una paleta de colores de azules y blanco higiénicos que transmiten avance tecnológico. La página web es estática y simple, mientras que los elementos son pocos (unos cuantos formularios, unos botones para redireccionar a redes sociales y un botón para crear un tique genérico) y están ordenados de forma racional, clara y simétrica en un solo menú principal. Por su parte, la sección de casos de éxito aporta credibilidad a la página web. En general se puede decir que, quizá no sea el diseño más original pero carga rápido y es intuitiva, aunque podría estar mucho mejor construido debido a que su puntuación SEO es mejorable.

Intellz.com - SEO Checker

[Exportar PDF](#)[¡Registrarme gratis!](#)

Visión general del análisis SEO



Metadatos

100%

Calidad de la página

68%

Estructura

27%

Enlazado

100%

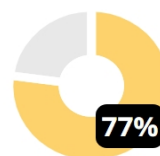
Servidor

81%

Factores externos

57%

Puntuación SEO

[Widget Puntuación SEO](#)

Contenidos de refuerzo:

Intellz no tiene contenidos de refuerzo. Parecen trabajar OneCustomer / BtoB y no colaboran con ninguna asociación o grupo. No tienen siquiera un newsletter.

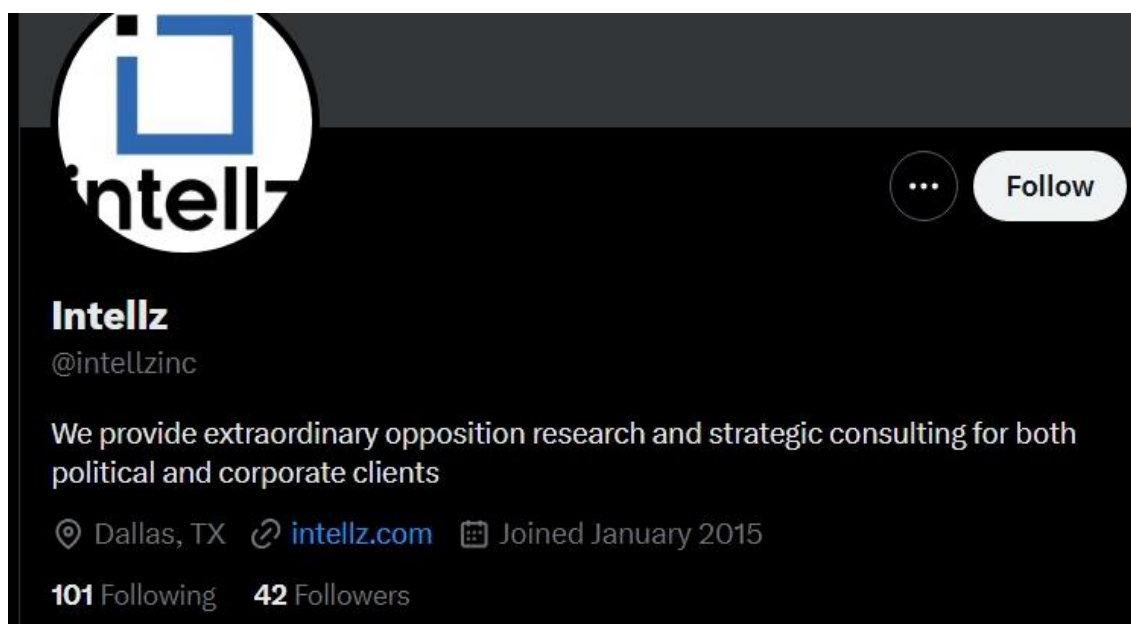
Presencia de Intellz en RR. SS.:

Presencia nula en LinkedIn:



El enlace a Instagram redirecciona a LinkedIn. No parece haber ninguna presencia de la marca en Instagram

Por su parte, la cuenta en X lleva abandonada desde 2017:



Parece ser que <https://managementconsulted.com/political-consulting-firms/> va algo desactualizado respecto a contrastar si siguen activas o no las consultoras.



TedCruz 2016: ¿un caso de fracaso exitoso?

En un principio tenía miedo de no encontrar ningún caso de éxito documentado por la presumible inactividad de la consultoría, pero por suerte aun se pueden visitar en X algunos vestigios de [retweets](#) sobre el senador conservador Ted Cruz, [@tedcruz](#) al que apoyaron en su campaña en 2016 además de un par de noticias relacionadas con él. Posiblemente la colaboración surgiera porque tanto él como la consultoría eran del estado de Texas (el nunca hizo referencia de la consultoría en X). Pero lo que en un principio parecía una simple colaboración acabó por convertirse en una teoría sobre el por qué el anonimato de Intellz.



Como vemos en su área de clientes de Intellz.com, Ted Cruz aparece como cliente.



Cliente al que parece ser le ha estado yendo muy bien (acumula más de seis millones de seguidores sólo en X). Aquí comencé a sospechar que algo ocurría.



Todo comienza el 23 de marzo de 2015 cuando Cruz sale candidato para ser presidente en la campaña de Primarias republicanas de 2016. Fue el principal “rival” de Trump debido a su parecida ideología conservadora estricta, si bien Cruz decidió no confrontarlo hasta la recta final debido a que era el más cínico de todos los candidatos. En el supermartes, Trump venció por amplia mayoría a Cruz lo que llevo a mayor crispación hasta el punto de insultarse en redes días posteriores, atacando Trump a la esposa de Cruz y llamándolo este a él “pequeño mentiroso”. Tras perder las primarias en Indiana, canceló su candidatura, lo que puede darnos una pista de lo que le ocurrió a Intellz.



La campaña de Cruz fue subvencionada por los súper PAC, consiguiendo la asombrosa cifra de casi 50 millones de dólares en total para subvencionar lo que según los medios era una “estrategia de campaña que se basó en gran medida en obtener el apoyo de líderes evangélicos, donantes y votantes”.



Ahora parecen encajar todas las piezas. Parece ser que Intellz y su campaña para Cruz tenía una muy buena estrategia y que [en un principio parece que tenía todas las de ganar](#) (gano las primeras de Iowa): ciertamente eran unas elecciones donde había que demostrar hiperliderazgo conservador “a lo Reagan”, (el periodista Kenneth Paul Vogel afirmó también que en 2015 que Cruz había hecho contacto con

Cambridge Analytica para recopilar y analizar datos de los votantes estadounidenses, por lo que venía estudiado) pero parece ser que Trump acabó siendo mucho más reactivo y popular e Intellz “fracasó” en la misión de convertir a Cruz en un posible futuro POTUS (un fracaso aún más amargo después de recaudar tantos fondos para la campaña). En Wikipedia hipotetizan que la culpa pudo deberse a dos posibles errores: no haber confrontado a Trump desde el inicio y ser igual de crítico con él que los demás y no presentarse junto al vicepresidente Rueda y haber elegido a Fiorina. Actualmente lleva casi diez años como senador de Texas con una consolidada carrera política *antiwoke*. Sería divertido preguntarse si hubiese cambiado realmente la política conservadora norteamericana posterior si Cruz hubiera frenado a Trump (desde Arintel, opinamos que no). Lo cierto es que esta consultora esta rodeada de muchos misterios. En la web se dice que Campbell fue el mánager de campaña de Glenn Youngkin en la Campaña para Gobernador de Virginia de 2021 (cargo que sigue ostentando), pero en ningún momento se menciona a Intellz como consultora.

Conclusión: cinco principales características de una consultoría de comunicación:

1. Mensajes estratégicos y gestión de crisis:

Una consultora de comunicación política debe especializarse en la creación de mensajes claros y persuasivos. Esto requiere una comprensión profunda de la audiencia, de sus valores y sus preocupaciones. También debe tener la capacidad de manejar crisis de manera rápida y efectiva pues pueden surgir en cualquier momento y, si no se gestionan adecuadamente, pueden dañar significativamente la imagen del cliente. Si así fuera, la consultora debe estar preparada para minimizar el impacto negativo y controlar la narrativa pública.

2. Análisis y monitoreo:

La evaluación constante del entorno político y la opinión pública es necesaria para incorporar estrategias de comunicación efectivas como por ejemplo el monitoreo de tendencias, de discursos de oponentes o la percepción pública. Para anticiparse a posibles incidentes no deseados y preparar respuestas efectivas se puede recurrir al diseño de planes de vulnerabilidades.

3. *Networking* con los medios y campañas digitales individuales:

Estrechar vínculos sólidos con los medios de comunicación y los influencers es crucial. Tanto los viejos como los nuevos medios son plataformas poderosas para alcanzar a un amplio público, y una buena relación con periodistas y editores puede asegurar coberturas favorables. Por su parte, las campañas digitales deben ser innovadoras y bien ejecutadas para maximizar su impacto.

4. Investigación de la oposición:

Conocer a los oponentes es un *must* más que evidente. Hace falta evaluar tanto los antecedentes como las acciones actuales de los oponentes con el fin de comprender las fortalezas y debilidades de los oponentes políticos.

5. Departamento de investigación y respuesta rápida y organización de base:

Planificar para integrar mensajes, mecánicas y gestión, movilizar y gestionar voluntarios y recursos locales para crear un impacto a nivel comunitario. También se debe contar con un departamento de investigación y respuesta rápida bien formado y equipado para contar con respuestas rápidas y comprensibles si surgiese algún imprevisto durante la campaña.

