

## Resumen

En un mundo digitalizado, captar la atención de las personas en línea se vuelve todo un reto, por eso las empresas deben encontrar la manera de comunicarse con su público y conectar. Es indiscutible que las redes sociales son indispensables para cualquier marca que quiera ser vista, por eso el objetivo de esta investigación es aumentar en un 15% la visibilidad de la marca CX Agencia en plataformas digitales que atraiga clientes potenciales B2B de la ciudad de Medellín, esta empresa lleva 8 años en el mercado del marketing digital. Se empleó muestreo por conveniencia para la aplicación del cuestionario a los clientes con el fin de estudiar las variables de contraste como son factores y motivos de la adquisición de los servicios de marketing, y las demás variables confianza, comunicación y conexión, orientadas a entender la manera en que los clientes piensan que debe ser la comunicación con la audiencia. Se investigó el mercado de las medianas empresas y las tendencias de mercadeo que, al compararse con las respuestas obtenidas a través del instrumento, se encontró que el desconocimiento y la falta de experiencia en marketing son los factores principales para contratar una agencia, como segundo el servicio personalizado, los buenos resultados y las recomendaciones han sido los factores que motivaron a los clientes a contratar a CX. Por otro lado, las entregas a tiempo, los resultados efectivos y el buen servicio al cliente hacen ver la marca confiable. Finalmente, los clientes afirman que la comunicación debe ser cercana y emocional mediante contenido audiovisual. Se descubrió que las tendencias más acertadas para que CX se visibilice en redes, es el uso del storytelling junto con el video corto. Se propone una plantilla guía junto con una serie de pasos previos para hacer storytelling que capte clientes potenciales.