



HOW TO **HACK** CREATIVI TY?

PANCHO GONZALEZ



1. HACKING LIFE

@LIFEHACK

2. 3G

@LANDA

3. MARKETING CONSCIENTE

@INBRAX

4. SOLOMO

@KOTLER





1. HACKING LIFE?

UN LIFE HACK (O LIFE HACKING)
ES CUALQUIER TIPO DE TRUCO,
ATAJO, HABILIDAD, O
FORMA/MÉTODO NOVEDOSO
QUE HAGA AUMENTAR LA
PRODUCTIVIDAD Y LA
ENFICIENCIA EN CUALQUIER
ÁMBITO DE LA VIDA.

©Lifehack











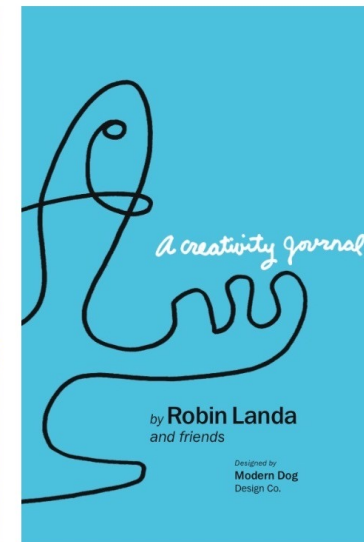
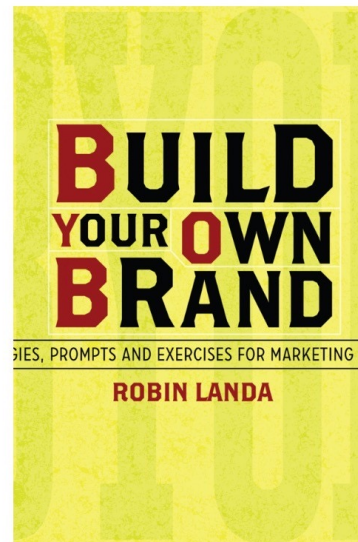
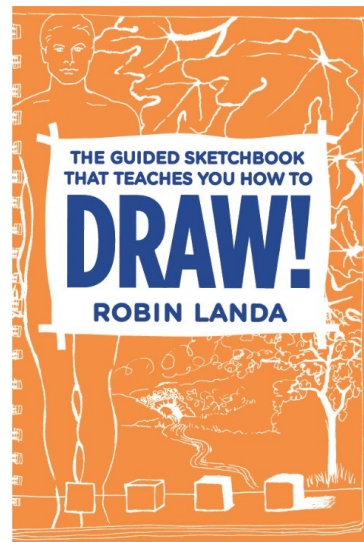
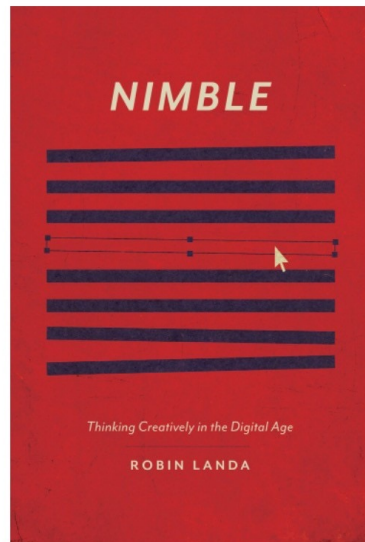
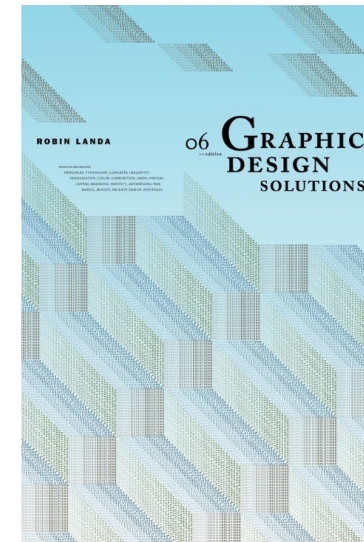
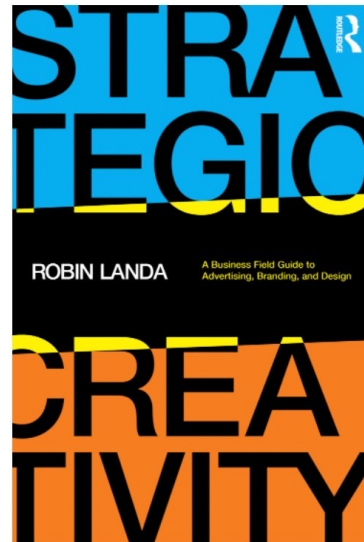
2. 3G

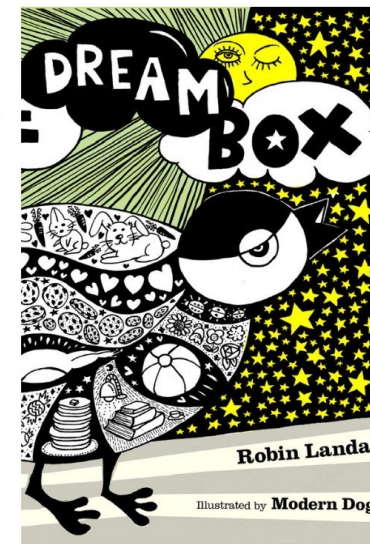
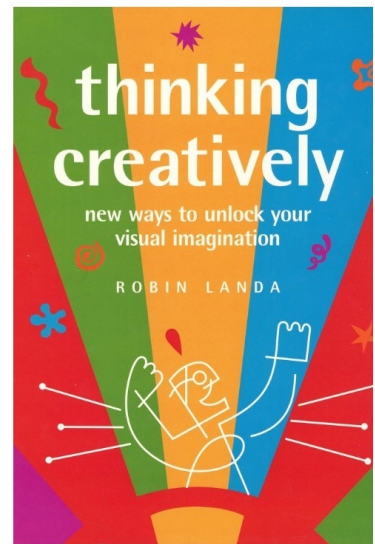
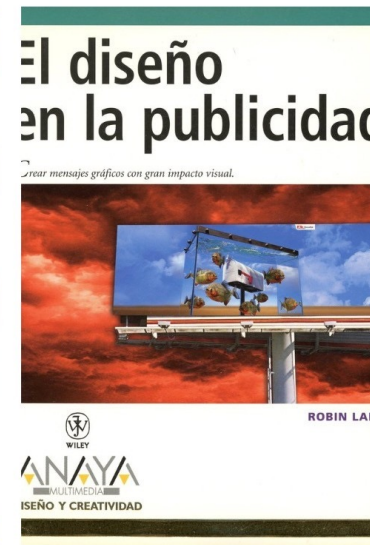


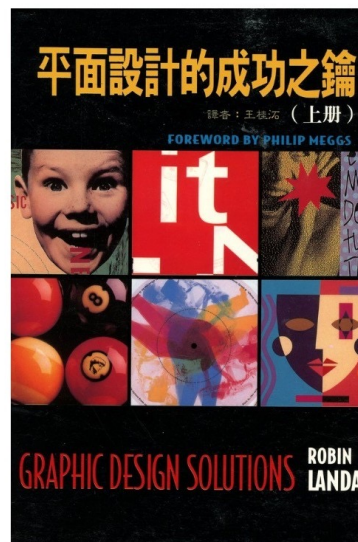
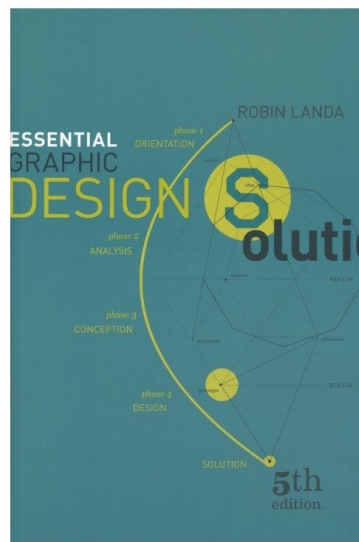
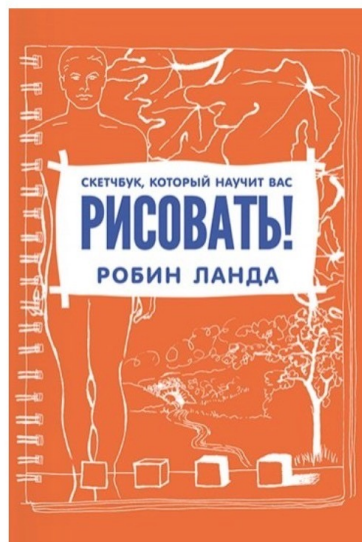
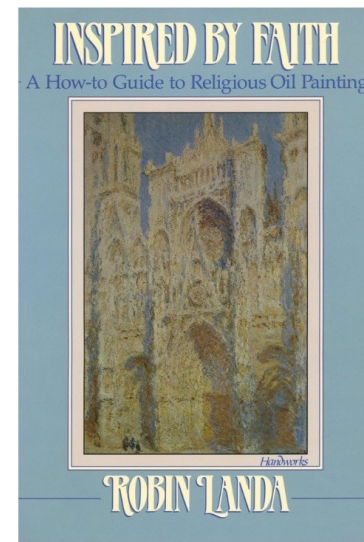
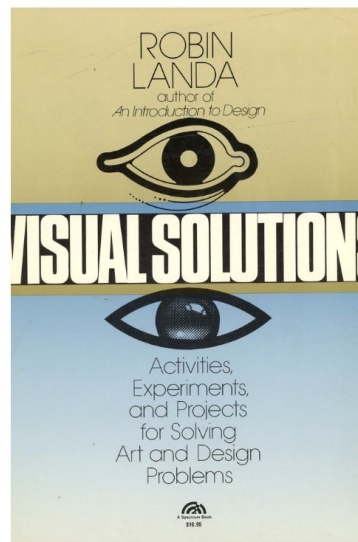
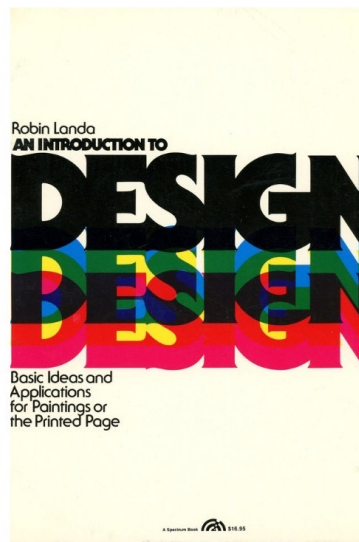
ROBIN LANDA



<https://www.robinlanda.com>







3G

3G

{
GOAL
GAP
GAIN

3G

GOAL
GAP
GAIN

— ¿QUÉ QUIERES LOGRAR CON LA IDEA?

3G

GOAL
GAP
GAIN

— ¿QUÉ QUIERES LOGRAR CON LA IDEA?

— ¿QUÉ ESPACIO VAS A LLENAR CON ESA IDEA?

3G

GOAL

GAP

GAIN

— ¿QUÉ QUIERES LOGRAR CON LA IDEA?

— ¿QUÉ ESPACIO VAS A LLENAR CON ESA IDEA?

— ¿A QUIÉN BENEFICIARÁ TU IDEA?



GOAL —
GAP
GAIN

CREAR UNA TECNOLOGÍA DE JUEGO PARA PERSONAS CON
CAPACIDADES ESPECIALES.

GOAL —
GAP —
GAIN

CREAR UNA TECNOLOGÍA DE JUEGO PARA PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES.

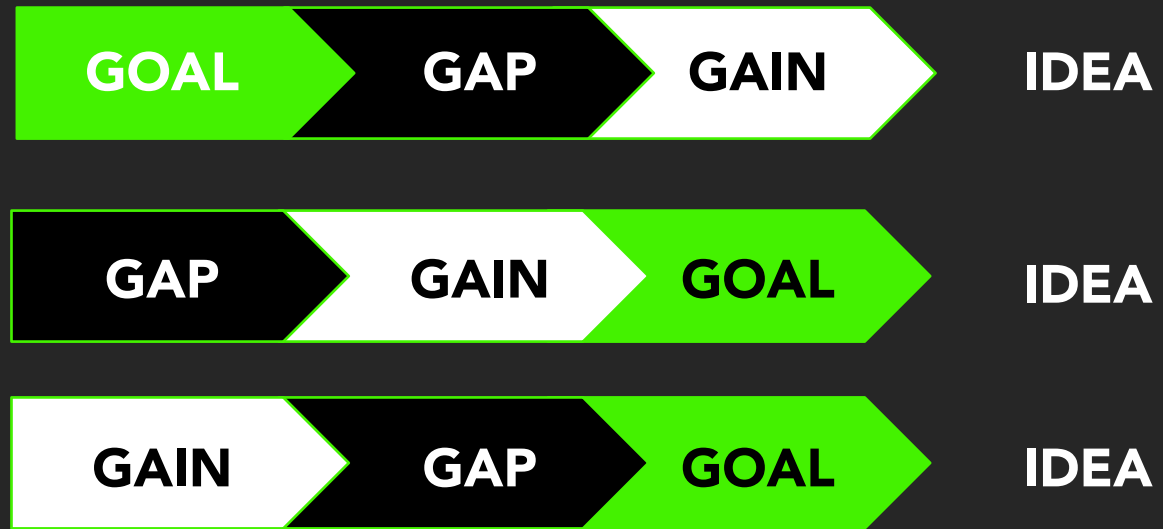
NO EXISTÍA UNA CONSOLA PARA ESTE TIPO DE PERSONAS.

GOAL —
GAP —
GAIN —

CREAR UNA TECNOLOGÍA DE JUEGO PARA PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES.

NO EXISTÍA UNA CONSOLA PARA ESTE TIPO DE PERSONAS.

BENEFICIÓ A VETERANOS DE GUERRA Y TODOS LOS JUGADORES QUE NECESITABAN UNA CONSOLA ACCESIBLE.

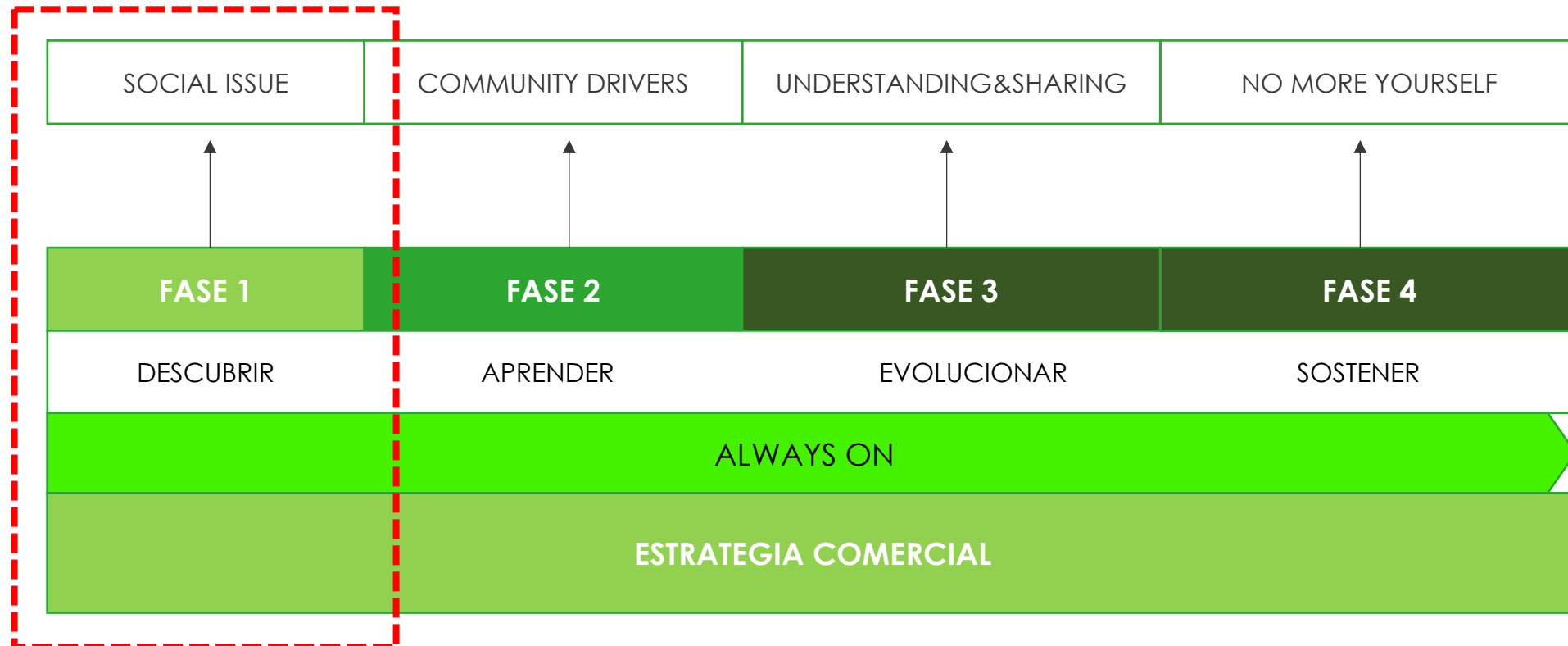


A group of children standing in a row in a favela. The child on the left is a boy with long dreadlocks wearing a white t-shirt and khaki shorts. Next to him is a girl in a red tank top and white skirt, shielding her eyes. Behind her is another girl. To the right is a boy in a white tank top with a Superman logo and a baseball cap. Further right is a girl in a pink shirt, and on the far right is a boy in a white tank top. The background shows the corrugated metal walls of a favela.

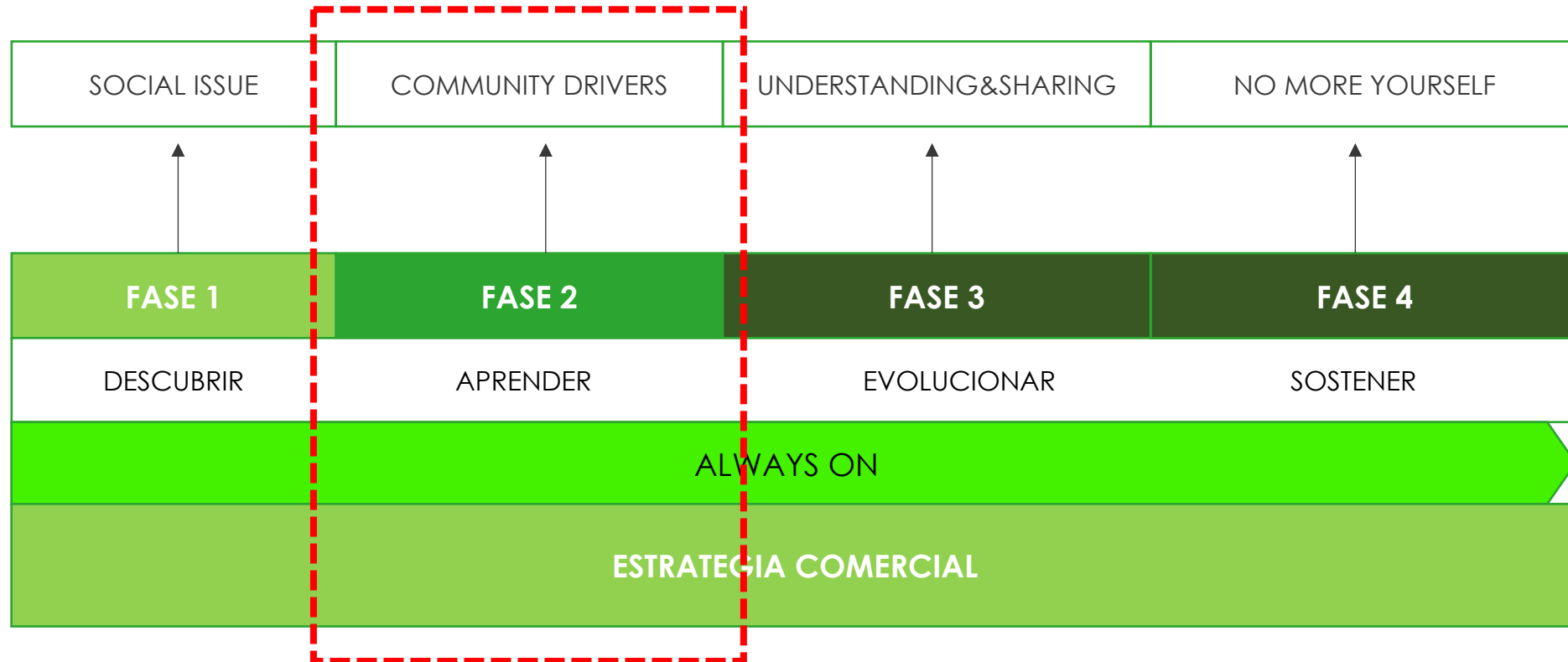
3. MARK ETING CONS CI ENTE.

©INBRAX

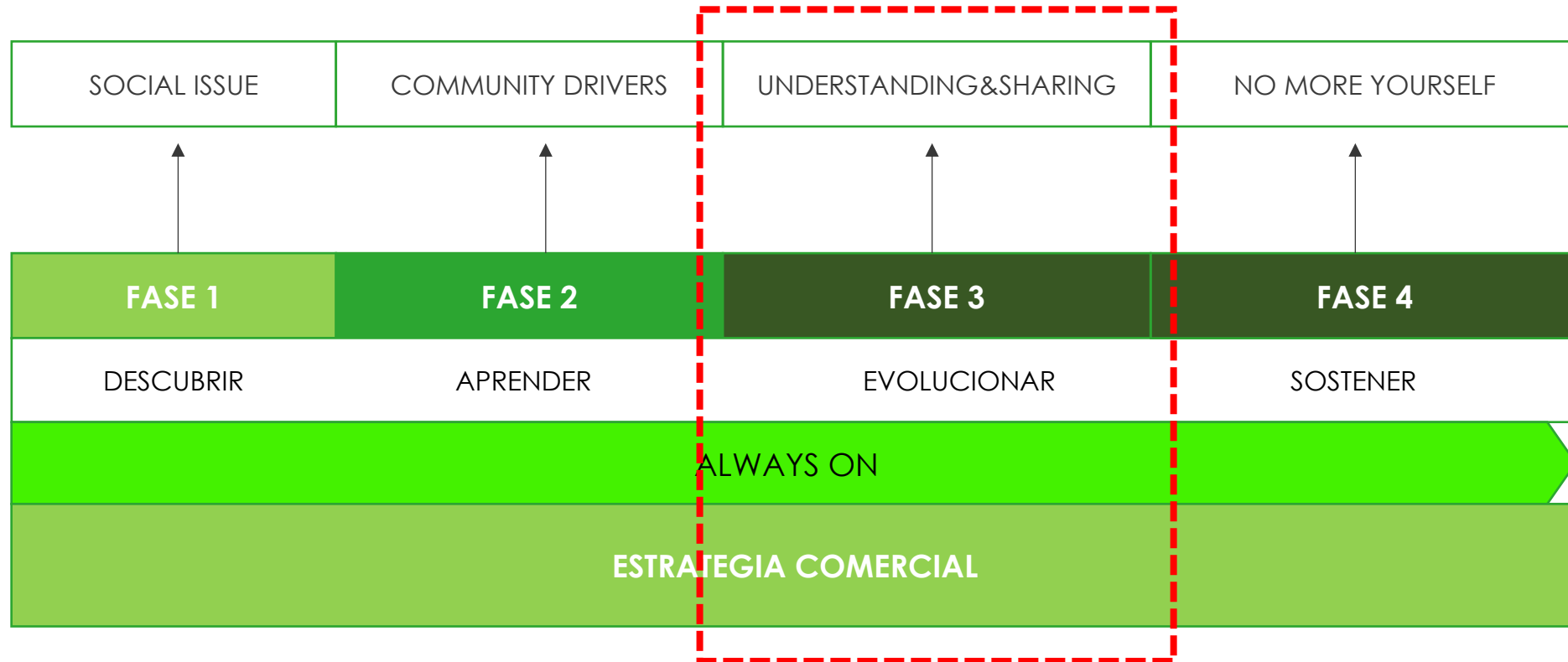
ROADMAP TO CONSCIOUS CREATIVITY



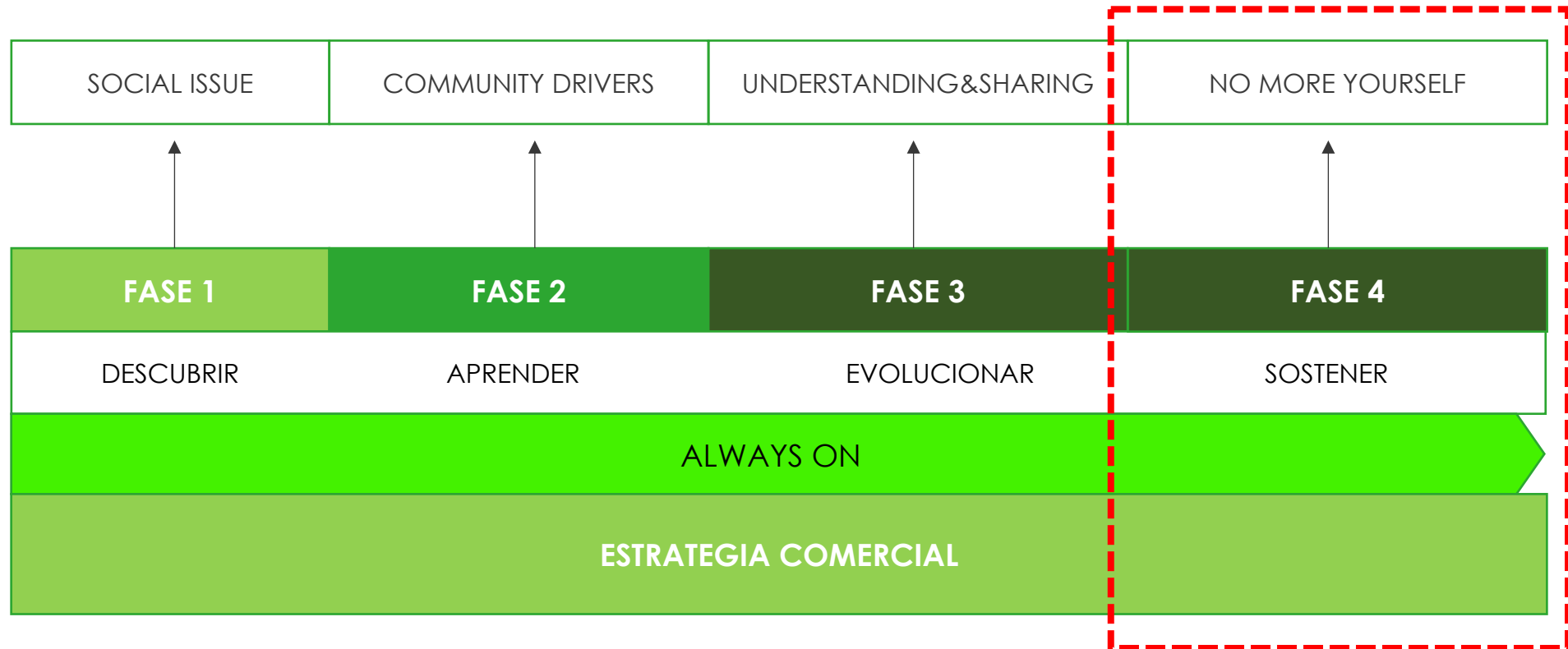
ROADMAP TO CONSCIOUS CREATIVITY



ROADMAP TO CONSCIOUS CREATIVITY



ROADMAP TO CONSCIOUS CREATIVITY





SOCI AL ISS UE

DESCUBRIR un tópico social. Identificar un movimiento cultural. Un grupo. Debe ser algo que esté legítimamente alineado con tus intereses/experiencia/negocio..
¿CÓMO?

The background of the slide features a photograph of a large crowd of people silhouetted against a bright sunset sky. The silhouettes are reflected in a calm body of water in the foreground. A green geometric graphic, consisting of several intersecting lines forming a series of triangles and polygons, is overlaid on the right side of the image. The title 'COMMUNITY DRIVERS' is prominently displayed on the left side, with 'COM' and 'DRIVE' in green and 'MUNITY' in white.

COMMUNITY DRIVERS

APRENDER cuáles son los códigos que mueven a ese grupo social. ¿Qué los motiva realmente? Hay que descubrir cómo agregar valor desinteresadamente para que el movimiento logre su propósito y llevarlos al siguiente nivel.
¿CÓMO?

UNDE RSTA NDIN G & SHARI NG

EVOLUCIONAR su comunicación.
Asegurarse que todos en la
organización tengan el movimiento
incorporado dentro de su cultura, antes
de salir a comunicarlo.
Dejar de vender y alinear la
comunicación de la marca con los
objetivos del movimiento. Levantar los
canales del grupo social.
¿CÓMO?

NO MORE YOUR SELF

SOSTENER
el movimiento tanto dentro
como fuera de la empresa.
Buscar continuamente cómo
agregar valor a éste.
Generar contenido de valor
para el movimiento.
¿CÓMO?





4. SO LO MO

©KOTLER





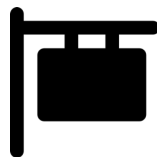
SOCIAL LOCAL MOBILE



SOCIAL LOCAL MOBILE



1. TODO DEBE ESTAR
**TOTALMENTE
ADAPTADO A MÓVIL.**



2. ACCIONES Y
CAMPAÑAS LOCALES.



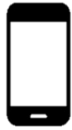
3. REDES SOCIALES
COMO MEDIO DE
**DFIFUSIÓN E
INTERACCIÓN.**



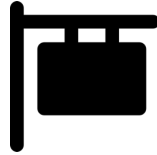
4. LAS CAMPAÑAS
DEBEN REFORZARSE
CON ACCIONES
PHYGITAL.



SOCIAL LOCAL MOBILE



1. TODO DEBE ESTAR
**TOTALMENTE
ADAPTADO A MÓVIL.**



2. ACCIONES Y
CAMPAÑAS LOCALES.



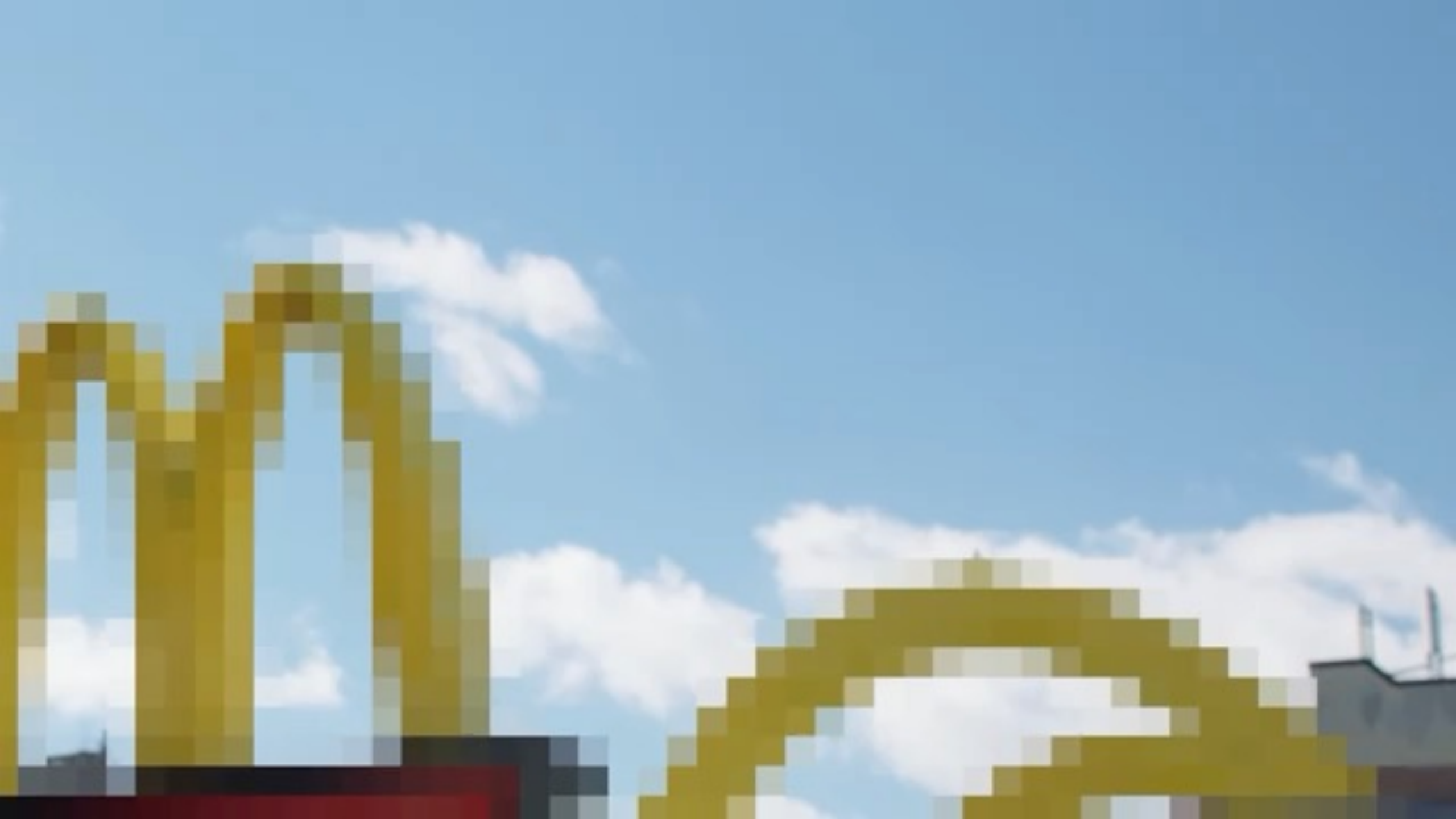
3. REDES SOCIALES
COMO MEDIO DE
**DFIFUSIÓN E
INTERACCIÓN.**



4. LAS CAMPAÑAS
DEBEN REFORZARSE
CON ACCIONES
PHYGITAL.

**CAPTAR NUEVOS CLIENTES.
FIDELIZAR CLIENTES.
PROMOVER ACCIONES EN GRUPO.
ACCIONES EXPRÉS.
PREMIAR AL CLIENTE.**





A hand is shown holding a small, fluffy white cloud against a bright blue sky with scattered white clouds. The hand is positioned on the left side of the frame, with fingers gently gripping the cloud. The overall scene is bright and airy, suggesting a theme of manipulation or creation of reality.

!x

HACKING REALITY?



**MUCHAS
ESPECIES ESTÁN
EN PELIGRO DE
EXTINCIÓN HOY.**

No se puede mostrar la imagen.



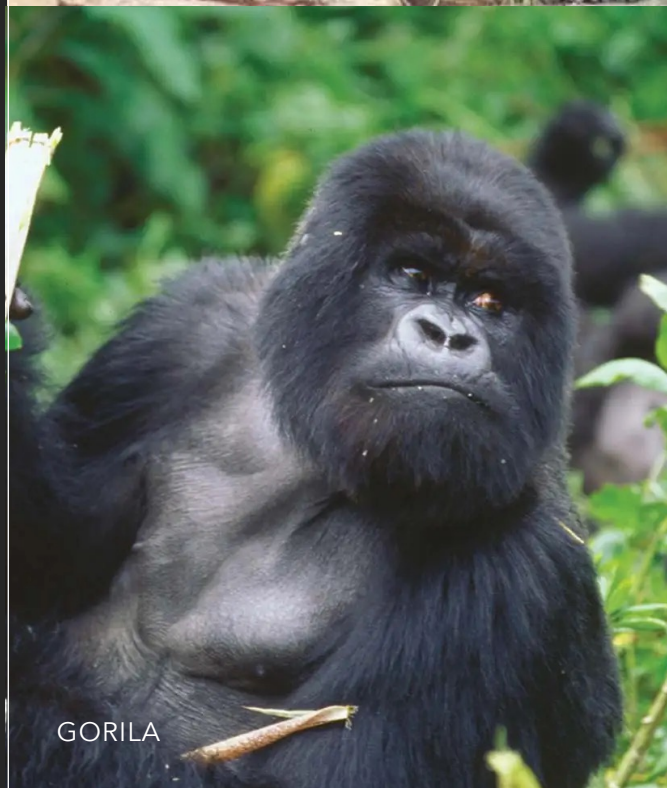
OSO PANDA



DEMONIO DE TASMANIA



GRULLA TROMPETERA



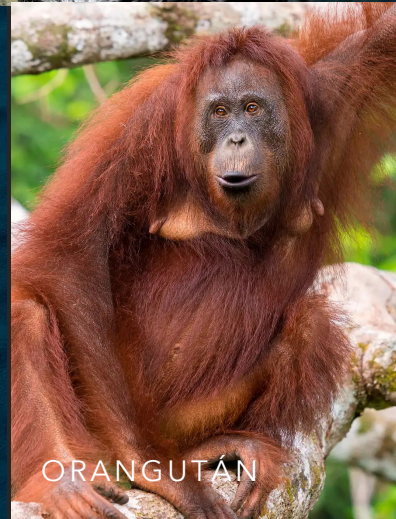
GORILA



NUTRIA DE MAR



BALLENA AZUL



ORANGUTÁN



LEOPARDO DE NIEVE

TIGRE



ELEFANTE ASIÁTICO

GREENPEACE



VAQUITA MARINA



JAGUAR

MONO ARAÑA



LÉMURES



OSO POLAR



TIGRE DE SUMATRA



GATO ANDINO



ZORRO CULPEO



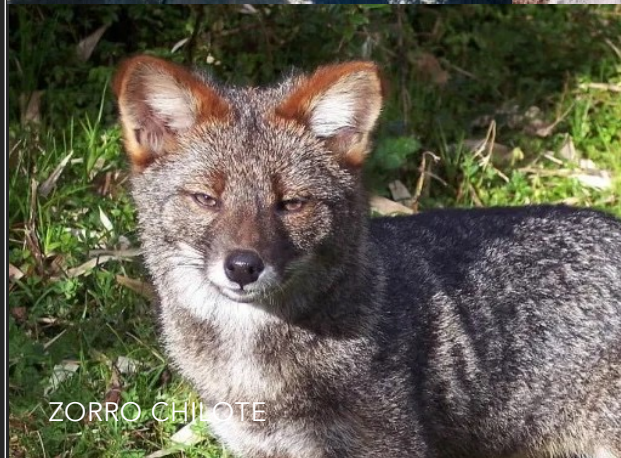
VICUÑA



PICAFLORES DE ARICA



TORTUGA BOBA



ZORRO CHILOTE



RANA CHILENA



GATO DE MAR



GRUÑIDOR DE VOLCÁN



VENADO ANDINO



LORO TRICAHUE



HUEMUL



CHINCHILLA CORDILLERANA

More than 40,000 species are threatened with extinction

That is still 28% of all assessed species.





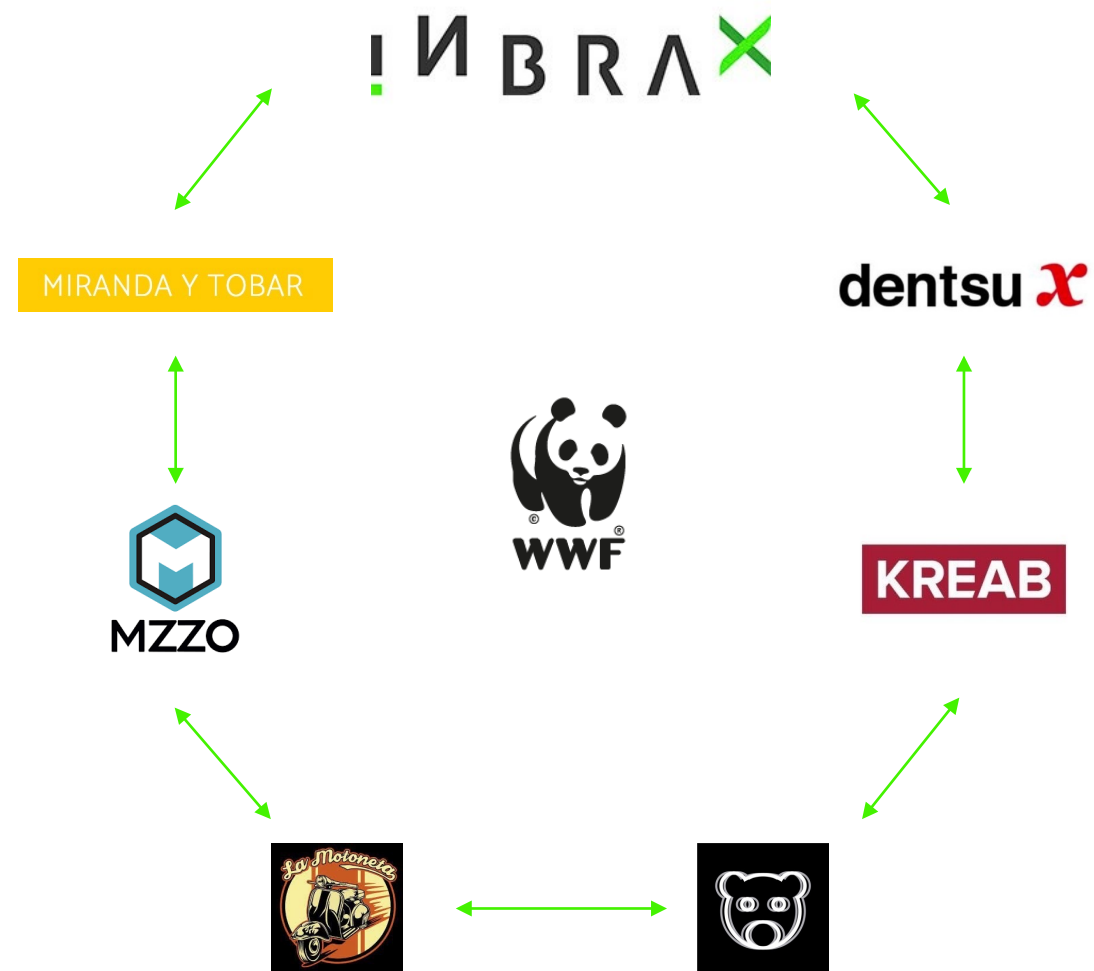
**UNA DE CADA CINCO
ESPECIES DE REPTILES ESTÁ
EN PELIGRO DE
EXTINCIÓN.**
sinc



HACKING AL PROCESO TRADICION AL.

IBRAX





A photograph of two albatrosses, likely Laysan Albatrosses, standing on a dark, textured rock. The birds have white bodies and dark brown heads and necks. They are facing each other, with their heads tilted upwards and their beaks slightly open, as if in conversation. The background is a blurred, dark, rocky surface. The entire image is framed by a thin white border.

HUELLASDEEXTINCION.CL



HUELLASDEEXTINCION.CL

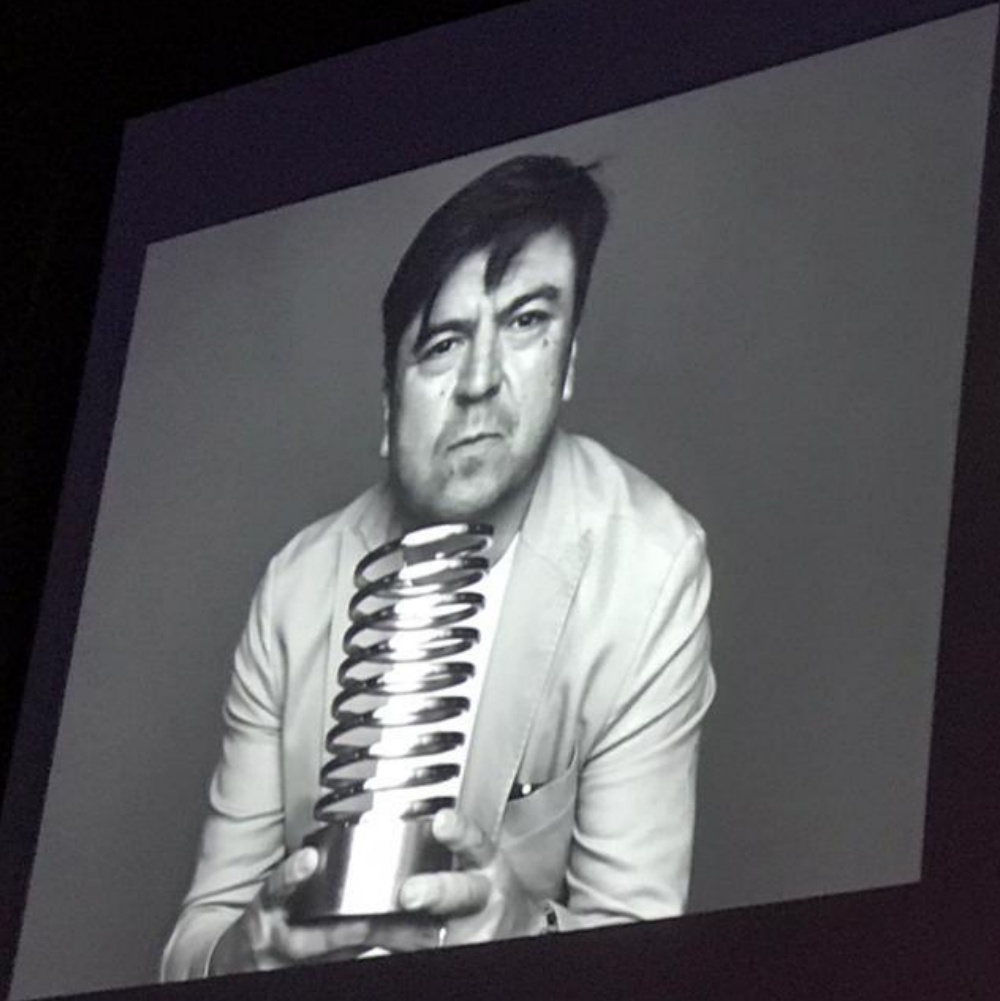


HUELLASDEEXTINCION.CL

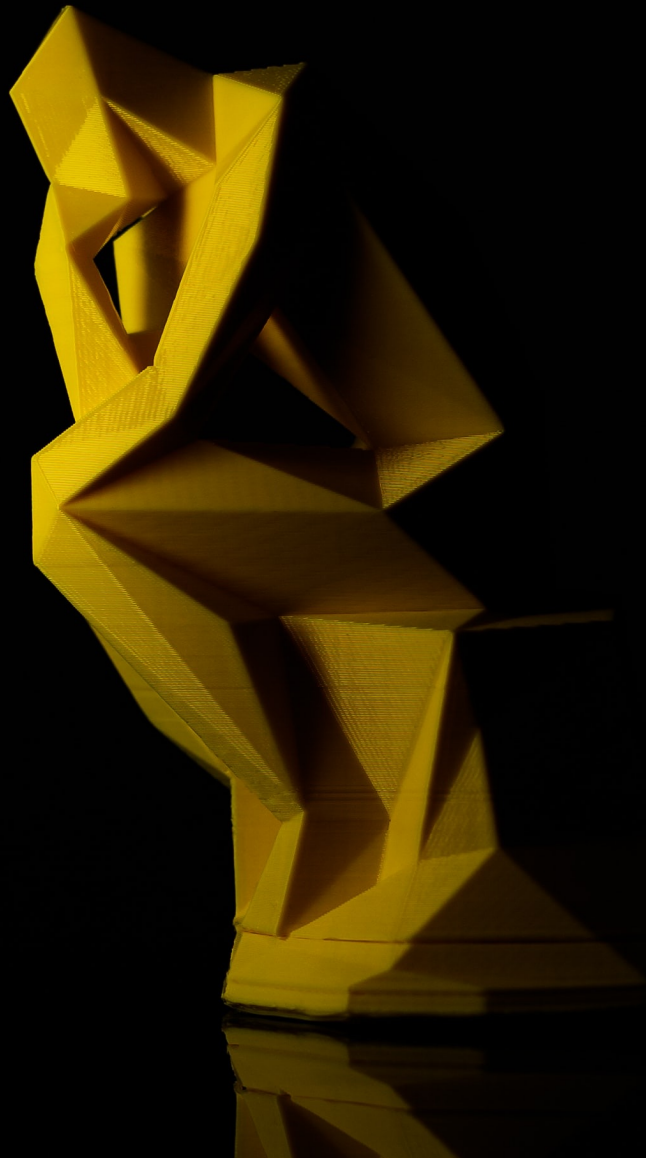


THE FIRST WEBBY
AWARD FOR CHILE.

Inbrax



HAY
MUCHAS
FORMAS
DE
HACER
**CREATIVI
HACK.**
¿CUÁL
SERÁ LA
TUYA?



www.inbrax.cl
+56 2 2951 6179
Los Militares 6191, Of 41
Las Condes, Santiago de Chile

!NBRAX