

Movilidad y geolocalización como estrategia on line de las empresas off line

▼ Por JUAN MERODIO Experto en marketing digital, redes sociales, web 2.0

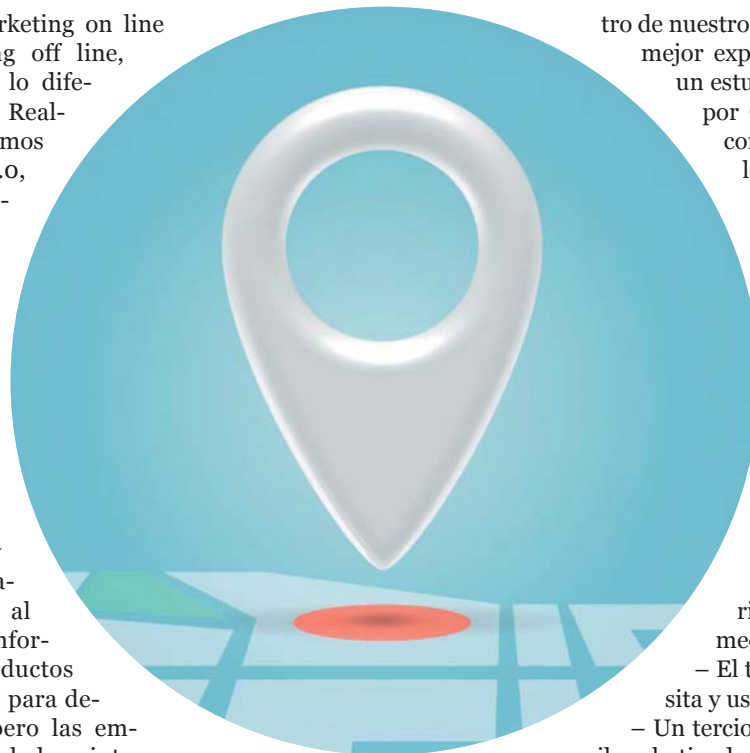
Se habla de marketing on line y de marketing off line, pero ¿por qué lo diferenciamos? Realmente debemos hablar de marketing 2.0, es decir, marketing enfocado a nuestros clientes en el cual el on line y el off line convergen para ofrecer al cliente lo que está buscando en el momento y lugar exactos que lo necesita.

Somos uno de los países con mayor grado de penetración de teléfonos inteligentes, con una cuota del 66%, y donde los usuarios pasamos cada vez más horas al día buscando en ellos información, opiniones de productos o los precios más baratos para determinados productos, pero las empresas todavía, a modo global, no integran en sus planes de marketing efectivas estrategias de Marketing Mobile, por lo que realmente están dejando pasar oportunidades de venta.

Cada vez es más frecuente estar en medio de una calle buscando algo, como por ejemplo un restaurante cercano, e ir a Google o alguna aplicación en busca de ello, por lo que si somos dueños de un local en esa zona y no realizamos acciones enfocadas a que el cliente nos encuentre, seremos totalmente invisibles para él.

Cada día hay más opciones para ser visibles en un móvil aprovechando la geolocalización, como por ejemplo una de las últimas apuestas de Google: los anuncios patrocinados que aparecen dentro de su propia aplicación de Google Maps cuando alguien busca en la zona en la que se encuentra.

Pero el móvil no solo es útil para que nos encuentren, también para que una vez nos hayan localizado y estén den-



EL 79% DE LOS USUARIOS DE TELÉFONOS INTELIGENTES HACEN USO DE ELLOS EN LOS PROCESOS DE COMPRA DENTRO DE LAS TIENDAS.

ESTOS DATOS CONFIRMAN LA NECESIDAD REAL DE APOSTAR POR EL USO DE TECNOLOGÍAS MÓVILES EN LOS COMERCIOS.

tro de nuestro comercio puedan tener una mejor experiencia de compra. Según un estudio realizado este año 2013 por Google acerca de cómo los compradores usan los móviles en los comercios, interesantes datos confirman la necesidad real de apostar por el uso de tecnologías móviles en nuestros establecimientos:

- El 79% de los usuarios de teléfonos inteligentes hacen uso de ellos en los procesos de compra dentro de las tiendas.
- El uso del móvil en la tienda por parte del usuario hace aumentar el gasto medio.
- El tiempo medio de uso por visita y usuario es de 15 minutos.
- Un tercio de los clientes usan el móvil en la tienda para buscar la información que necesitan en lugar de preguntar a un dependiente.
- El *showrooming* es una práctica que cada día usa más gente cuando está en una tienda, es decir, miran el producto y consultan a tiempo real en el móvil en qué sitio está más barato para comprarlo allí, ya sea on line u off line.

Estos datos son una realidad creciente en el mercado que nos debe hacer reflexionar sobre si nuestra empresa piensa en los usuarios que usan el móvil y que quieren

encontrarnos. De no ser así, el primer paso es diseñar nuestra web adaptada a dispositivos móviles para que los usuarios puedan acceder a la información, y para ello lo recomendable es crear nuestra web con lo que se denomina Responsive Design o diseño adaptativo, es decir, una web que se ve correctamente en cualquier tamaño de pantalla ya que se adapta a él. ¿Pensas que en Mobile en tu empresa? ■