



- MARKETING MÓVIL -

Negocio y estrategia en el Marketing móvil

Miguel Ángel Sánchez Jiménez
Departamento de Marketing y Comunicación
Universidad de Cádiz



Usar características propias del Mk. móvil para lograr un beneficio para el consumidor, satisfaciendo sus necesidades



Oportunidades →
Creación y desarrollo de
valor



Posibilidades o utilidades del Mk. Móvil:

- Desarrollar la marca: Comunicación, imagen, notoriedad, expectativas.
- Atraer nuevos clientes.
- Optimizar la relación con los clientes: engagement, fidelización, servicio de atención al cliente, rápido feedback.
- Apoyo a relaciones públicas y colaboradores.
- Incrementar las ventas y el tráfico en el punto de venta.
- Investigación de mercados.
- Logística y distribución.
- Reducción de costes



Dos modelos de negocio:

- 1. Uno basado en la propuesta comercial de funcionalidades, contenidos, servicios, etc. Diseñados para su disfrute con el uso del dispositivo móvil, como las aplicaciones móviles que se pueden descargar del Apple Store o de Play Store.
- 2. El otro negocio es el que usa los teléfonos móviles como vehículos conductores de promociones u otras ofertas comerciales. El móvil como canal de comunicación.



Monetización:

- Venta de productos/servicios: uso del canal mobile como plataforma de ventas.
- Publicidad.
- APP
- Suscripción a un producto de forma periódica.

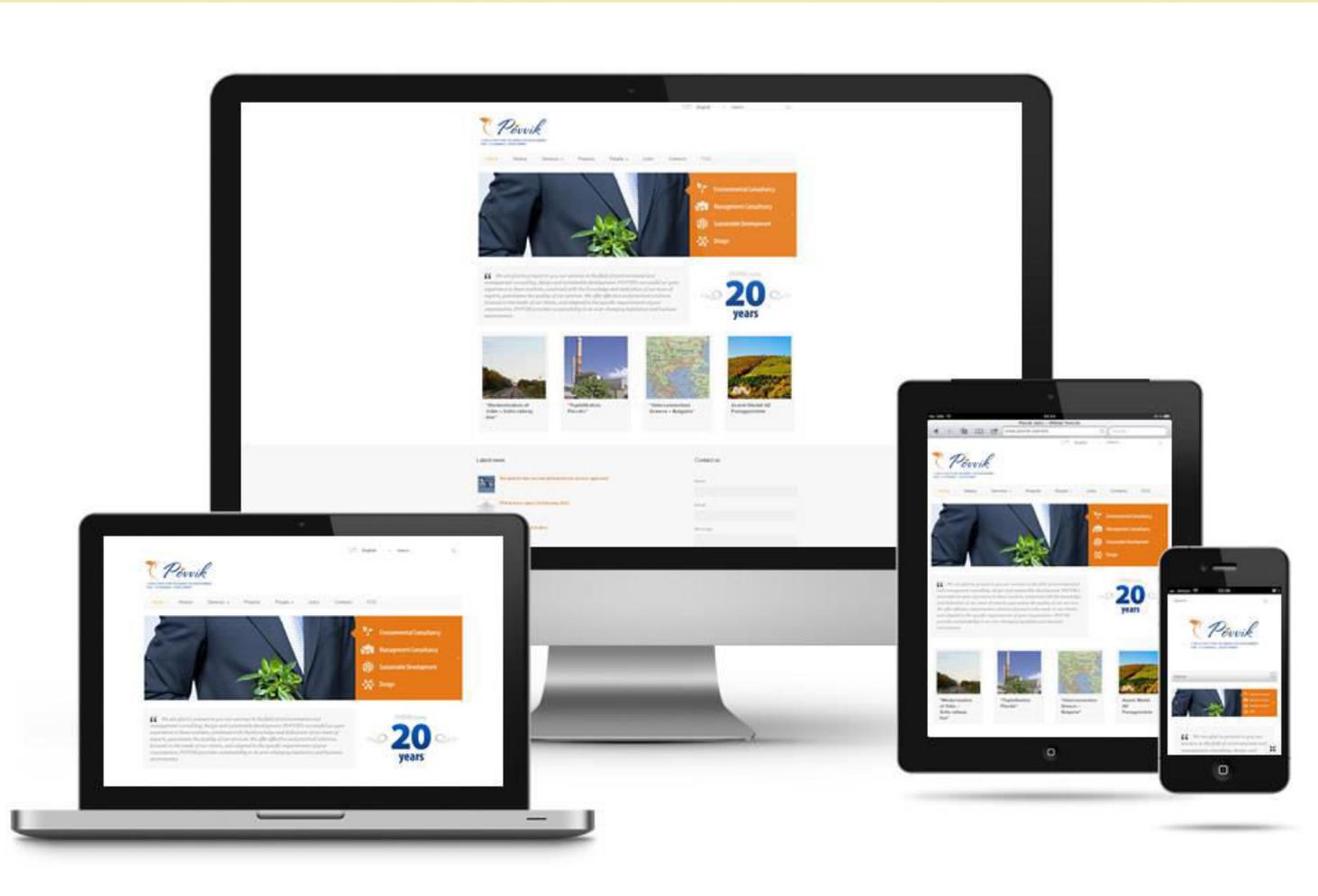


Primordial: Visión móvil

Web responsive: adaptar
web a los móviles



Web Responsive





Web Responsive:

- Es aplicar un diseño a la página web que le permite adaptarse a todo tipo de resoluciones, ya sea la de un móvil, una tableta, pantallas Widescreen o sea cual sea la resolución requerida.



Web Responsive:

Ventajas:

- Único desarrollo.
- Menos costes.
- Consistencia en la experiencia de uso.
- No contenido duplicado por Google.

Desventajas:

- Optimización complicada para todos los dispositivos.



¿Cómo llegar a los clientes?

Marketing tradicional, SEO móvil, promoción, redes sociales, aplicaciones, etc.



Plan estratégico de Mk. móvil:

- Análisis de situación.
- Objetivos a conseguir con el Mk. móvil.
- Estrategias de Mk. móvil.
- Analítica.



- **Estrategias de Mk. móvil → esencial mantener interés del usuario**
- Elementos claves que deben estar presentes en una estrategia de Mk. móvil: Contenido, comunidad, comercio, innovación, viralidad y personalización.



Últimas tendencias marketing móvil (2018)



- Realidad aumentada
- Economía móvil
- Videojuegos
- Visual Web: Imágenes y videos
- Móvil inteligente: Inteligencia artificial e implementación de voz
- Curación de contenidos
- Personalización
- Contenido efímero
- Internet de las cosas
- Contenido de pago
- Influencers



Bibliografía



- Jesús Hernández (2014): “Mobile marketing”
- José María Estrade et al (2012): “Marketing móvil, SEO y analítica web”
- Juan José Ramos (2012): “Guía completa de mobile marketing”
- Niel Richardson (2014): “Guía de acceso al marketing móvil”
- IAB Spain
- MMA Spain