



- MARKETING MÓVIL -

Herramientas del Marketing móvil

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



Anuncios para móviles (publicidad):

Se pueden dar a través de la página web móvil o a través de las distintas aplicaciones.

Los anuncios han evolucionado hacia unos mensajes menos intrusivos y con más presencia de videos. Razón → Adaptación a las necesidades de los usuarios que demandan una mejor experiencias en estos dispositivos.



Herramientas: Anuncios



Anuncios para móviles (publicidad):

Tipos de formatos publicitarios:

Banner, anuncio de texto, anuncio a pantalla completa, anuncios interactivos, videos, publicidad contextual y pay per click (click to call).

Herramientas: Anuncios

Ejemplos formatos planteados

Anuncios de texto



Banner



Pantalla completa



Interactivos



Vídeo



Herramientas: Anuncios

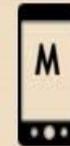


Formatos más conocidos

	Banner	Pantalla completa	Texto
	49%	44%	42%
	54%	51%	39%



Formatos más cómodos



	M	T
1º Texto	29%	41%
2º Banner	27%	27%
3º Pantalla completa	22%	16%
4º Interactivos	13%	7%
5º Video	8%	9%



Acciones posteriores al click que más atraen



	M	T
1º Recibir cupones o descuentos	59%	57%
2º Ir a la web de la marca	45%	43%
3º Descargar contenido/apps	26%	30%
4º Jugar/interactuar	18%	16%

Base: Internet desde
móvil mensual n= 908

Base: Internet desde
tablet mensual n= 404



Herramientas: Anuncios



- **Banner:** Consiste en incluir una pieza publicitaria, con colores, gráficos y normalmente de forma rectangular, que se muestra en una página web móvil.

Su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio Web del anunciante que paga por su inclusión.

- **Anuncio de texto:** Es un texto interactivo que redirige al usuario a una nueva página Web móvil. Puede ir acompañando al banner y se utiliza más en aquellos terminales antiguos que no soportan gráficos.



Herramientas: Anuncios



- **Pantalla completa:** Anuncios que se muestran a pantalla completa durante la carga de las páginas y de exposición no voluntaria. Suelen llamar la atención pero pueden considerarse como intrusivos si su desaparición conlleva tiempo y molestia.
- **Interactivos:** Anuncio que aparece en las páginas Web móviles y para ver el contenido total el usuario tiene que interactuar en dicho anuncio con su terminal móvil.

<http://www.youtube.com/watch?v=ZaAugj01Pg8>



Herramientas: Anuncios



- **Video:** Son anuncios de videos de una página Web externa al anunciante.
- **Publicidad contextual:** La publicidad contextual se define como la publicidad segmentada o personalizada según las preferencias o intereses del usuario, donde un sitio Web inserta anuncios basados en textos, gráficos o videos, y recibe una cantidad de dinero por cada clic que el visitante haga sobre el anuncio.



Herramientas: Anuncios



- **Publicidad contextual:** : Por lo tanto, es una herramienta de comunicación Online en la que una página Web muestra publicidad de productos de otra empresa en las que el usuario se ha mostrado interesado previamente.

Herramienta más usada: Google AdSense.

Google AdSense Adapta sus anuncios en los dispositivos móviles.

Herramientas: Anuncios

Miguel Ángel Acera
maacera@seindor.com
Fundador de Seindor Ingeniería Web +
Escritor + Desarrollo Web + E-commerce
+ Marketing Online + Analítica Web.

Acerca de Contacto

Blog Mis libros

Blog de Miguel Angel Acera

ARTÍCULO ANTERIOR
Juegos de lógica y libros de programación para niños

ARTÍCULO SIGUIENTE
La moda de las páginas web infinitas

La Analítica Web me dice dónde está la oportunidad

11/03/2013
478 palabras
| analítica digital | analítica web | emprendedores | Editar

Este artículo puedes leerlo en 2 minutos

Me gusta A 7 personas les gusta esto. Sé el primero de tus amigos.

Selecciono un periodo de tiempo en la cuenta de Google Analytics de mi blog. Accedo a Informes estándar > Fuentes de tráfico > Fuentes > Búsqueda > Orgánico. Obtengo las palabras clave que los usuarios escribieron en el buscador antes de llegar al blog. Aplico un filtro avanzado para aislar ciertas palabras clave que llaman mi atención. El resultado es un

SUSCRÍBETE Y NO TE PIERDAS NINGÚN ARTÍCULO

Suscríbete al blog de Miguel Ángel Acera (@maacera), la mejor forma de no perderte ningún artículo y la única forma de recibir artículos exclusivos para suscriptores



Herramientas: Anuncios



- **Anuncios patrocinados:** Técnicas que permiten que nuestros anuncios (segmentados) aparezcan en los enlaces patrocinados de los buscadores.

Permiten dirigir nuestra acción de comunicación a un público muy específico (visitas cualificadas)

Son herramientas rápidas y personalizables, que nos posibilitan obtener retroalimentación sobre la campaña y ejecutar medidas de control.

Más usados: Google Adwords y Yahoo Search Marketing.



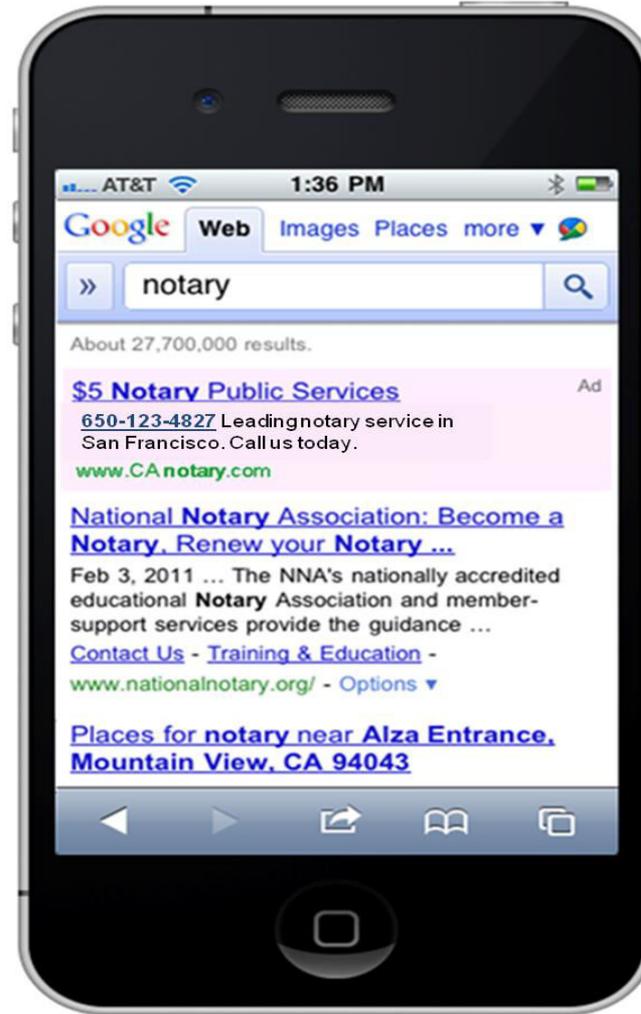
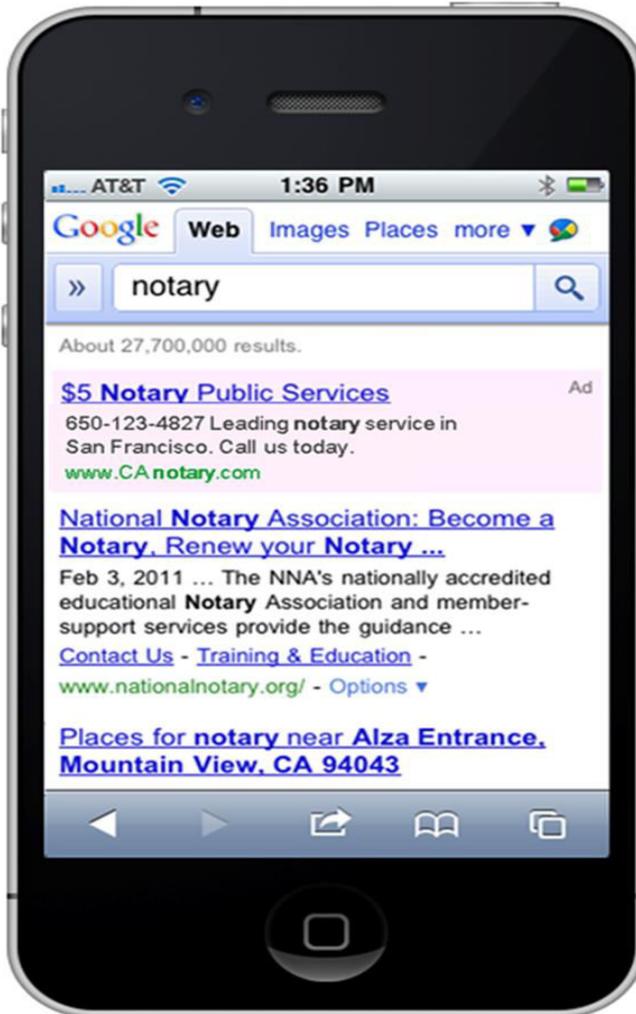
Herramientas: Anuncios



- **Anuncios patrocinados:** Adwords tiene una sección dedicada exclusivamente a anuncios móviles.

Entre las distintas opciones que ofrece, destacan los anuncios click to call. Son realmente efectivos para apoyar campañas en las que el objetivo sea promocionar un número de teléfono o el contacto con la empresa.

Herramientas: Anuncios





Herramientas: Anuncios



Tendencia en la publicidad móvil:

- Mayor uso del video.
- Mayor inversión y volumen.
- Mayor interacción del dispositivo móvil con otros soportes (por ejemplo TV.)
- Mayor uso del branded content.



Herramientas: Proximidad (QR)



Códigos QR: Es un sistema que permite almacenar información en una matriz de puntos o código de barras bidimensional. A través de una aplicación de lectura de código QR permite que cualquier smartphone o tablet con cámara pueda escanearlo, accediendo así a esa información.

Se requiere que el contenido al que se accede a través del código QR esté adaptado al dispositivo móvil y que este tenga acceso a internet.

Herramientas: Proximidad (QR)





Herramientas: Proximidad (QR)



Códigos QR: Un código QR permite conectar el mundo offline (un cartel, una etiqueta de un producto) con el mundo online (una web móvil, un vídeo, una app,..), accediendo a **contenido adicional** desde un dispositivo móvil inteligente.

Códigos QR en marketing: Proporciona un acceso sencillo a promociones, cupones y anuncios.

También pueden contener un acceso directo a páginas Web móviles, aplicaciones móviles, el contacto de una persona o empresa en particular, un perfil social, una localización de google, etc.



Herramientas: Proximidad (QR)



Códigos QR:

Puede ser integrado de muchas formas:

- Anuncios impresos en papel
- Posters y Flyers
- Tarjetas de Presentación
- Recibos
- Paqueteria
- etc...



Códigos QR:

Claves para su buena utilización:

- Mobile Landing Page.
- Contexto y contenido.
- Llamada a la acción.
- Análisis de datos.



Herramientas: Proximidad (QR)



Códigos QR: Además, un código QR puede emplearse como método de identificación para tener acceso a eventos u otros lugares. En los puntos de acceso se controla la entrada con pistolas lectoras de códigos QR que validan las invitaciones.





3.3. Códigos QR:

Últimas tendencias en el desarrollo de códigos QR:

- Generar los códigos de una manera mas moderna y visual que resulte más atractivo.
- Incluir el logo de la empresa dentro del código QR para una mejor identificación de la marca
- Mejorar las llamadas a la acción.
- Estudio de la localización óptima del código.

Herramientas: Proximidad (QR)



Herramientas: Proximidad (QR)

¡Escanea para abrir!



*Facultad de Ciencias Sociales y de la
Comunicación*

Grado de Marketing e Investigación de Mercados

Grado en Gestión y Administración Pública

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

Grado Turismo





Códigos QR:

Herramientas para generar códigos QR: Goo.gl, QR+, Qrinkle, Kaywa, unitag.io, etc.

Extensiones de firefox y chrome: QR code generator, QRCode monkey o generador de código QR para Chrome.



Herramienta: Localización



Localización:

- La geolocalización es la identificación de la ubicación geográfica en el mundo real del teléfono móvil (terminal conectado a internet) y por tanto del usuario.
- Geolocalización móvil busca poder ofrecer productos o mensajes personalizados, que se activarán de manera individualizada y con estrategias dependientes de la localización del cliente.
- Información e investigación de mercados.



Localización:

Ofrecer valor adicional basado en la geolocalización:

- Publicación de ofertas personalizadas.
- Publicidad, Promociones y descuentos basados en la geolocalización.
- Cuponeo.
- Construir reputación por los comentarios de los usuarios.



Localización:

Ventajas:

- Permite segmentar la posición geográfica del usuario y proponerle un servicio adecuado.
- Es una herramienta muy utilizada en las plataformas sociales.

Desventajas:

- El usuario debe aceptar estar localizado.
- Podría considerarse intrusiva por parte de los usuarios.



Herramienta: Realidad aumentada



Realidad aumentada: Es la tecnología que superpone imágenes virtuales sobre la realidad que vemos desde un determinado dispositivo móvil. Así, se crea una nueva dimensión en la que podemos interactuar con todo lo que nos rodea.





Realidad aumentada:

Utilidad en marketing:

- a) Mostar información o contenido: Acercando y enfocando tu smartphone o tablet a una imagen se puede acceder o mostrar información de interés en tiempo real para el usuario, como promociones, publicidad, imágenes o videos.



Herramienta: Realidad aumentada



Realidad aumentada:

Utilidad en marketing:

a) Mostrar información o contenido: Ejemplos.

Obtener información de un producto enfocando su envase o código de barras.

Acceder a contenido 3D de realidad aumentada en revistas.

Esperando el autobús y en la parada ves un cartel publicitario sobre una película, acercando tu smartphone a la imagen y podrías ver el trailer.



Herramienta: Realidad aumentada



Realidad aumentada:

Utilidad en marketing:

a) Mostrar información o contenido: Ejemplos.

<http://www.youtube.com/watch?v=at18YW-4tTk>

<http://www.youtube.com/watch?v=KFCOus-C1eI>

<http://www.youtube.com/watch?v=8nvqOzjq10w>



Realidad aumentada:

Utilidad en marketing:

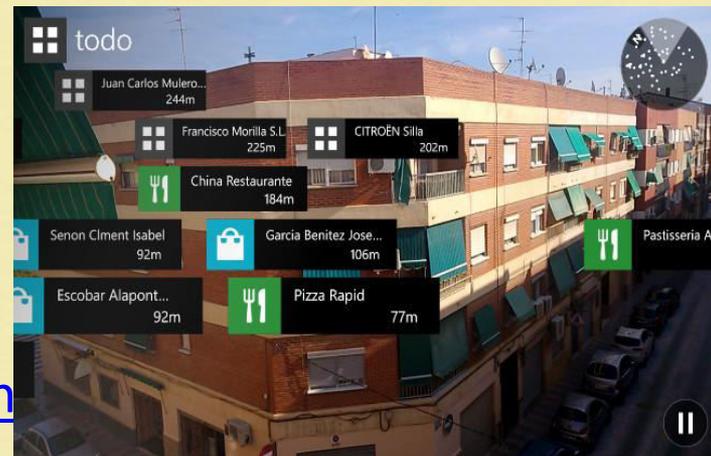
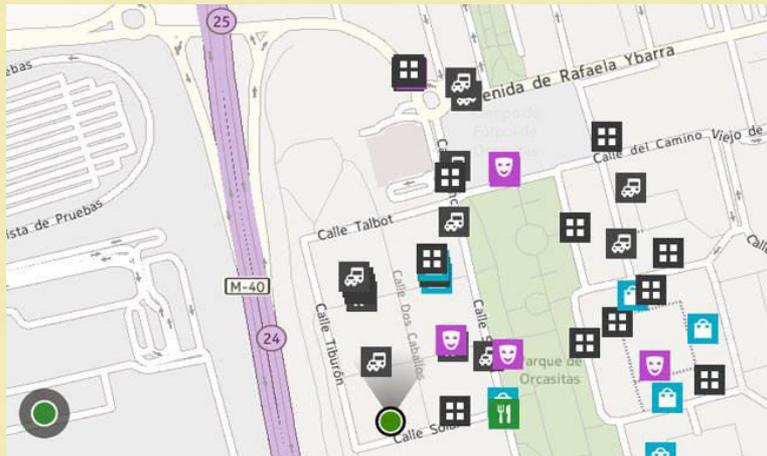
- b) Esta nueva tecnología junto con el GPS, puede ayudar a los usuarios a encontrar lugares u ofrecerles información del sitio donde se encuentran, junto con sensores de movimientos para saber hacia dónde están mirando o moviéndose para determinar la imagen que se mostrará.

Herramienta: Realidad aumentada

Realidad aumentada:

Utilidad en marketing:

b) Ejemplos:



http://www.youtube.com/watch?v=b64_16K2e08



Herramienta: Realidad aumentada



Realidad aumentada:

Utilidad en marketing:

c) Como atractivo turístico, mostrando información útil o interesante para los viandantes.

http://www.youtube.com/watch?v=a_qoHnedGSU

<http://www.youtube.com/watch?v=m6DxPqx0QRw>

<http://www.youtube.com/watch?v=R6c1STmvNJc>



Herramienta: Realidad aumentada



Realidad aumentada: Lograr que el usuario interactúe con su entorno físico y con elementos virtuales y reales es un gran método para llamar la atención y ofrecerle una experiencia atractiva y satisfactoria a los usuarios, aportando un gran valor para los clientes.

El valor agregado: la posibilidad de que tu usuario obtenga información útil a cerca de tu marca justo en lugares donde físicamente resultaría imposible.



Herramienta: Realidad aumentada



Realidad aumentada: Por lo tanto es una vía para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.

Ventajas:

- Aporta valor añadido a los usuarios.
- Interacción en tiempo real.
- Experiencia única e inmersiva.
- Viralidad.
- Branding (imagen de marca).

Principales aplicaciones de realidad aumentada:
Layar, wiktitude y junaio.



M-Commerce:

Evolución en la forma de comprar productos y servicios

Transacciones habituales a través del dispositivo móvil:

- Contenidos para el móvil (aplicaciones, etc.)
- Entradas.
- Uso de cupones o descuentos.
- Canjeo de promociones.
- Compra de bienes físicos y servicios. (viajes, comida, etc.)



M-Commerce:

El diseño en la venta de productos debe de estar orientado al usuario.

Alternativas en formas de pago:

- Tarjeta de débito/crédito.
- Paypal.
- Contrareembolso.