



- MARKETING MÓVIL -

Definición y características del Marketing móvil

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



- **Marketing móvil:** Actividades de marketing llevadas a cabo a través de un dispositivo móvil para comunicarse y relacionarse con los consumidores de una forma interactiva y relevante, y distribuir los productos de la organización.



- **Dispositivo móvil:** Los dispositivos móviles son soportes digitales pequeños, de fácil uso y manejo, que permiten su traslado a cualquier lugar sin dificultad y cuyo consumo se hace sin necesidad de conexión eléctrica.

Tipos de dispositivos móviles

Smartphones



Tablets



Tipos de dispositivos móviles

Reloj



Tipos de dispositivos móviles

Otros teléfonos móviles



Tipos de dispositivos móviles

Otros dispositivos portátiles





**Dispositivo móvil:
Elemento imprescindible
en nuestra vida**



Tipos de dispositivos móviles

- **Smartphone:** ordenador que por lo general tiene una pantalla táctil o un teclado en miniatura y que permite por sus prestaciones y capacidades acceder a una gran cantidad de servicios en movilidad.

Interacción con el mundo físico



Definición de marketing móvil



- **Comunicación:** Transmitir mensajes, servicios e ideas promocionales.
- **Relación:** Conexión con el cliente e identificación de nuestra marca de forma más directa y completa.
- **Distribución:** Compra de productos y servicios a través de los dispositivos móviles. (m-commerce).



Definición de marketing móvil



- **Interacción:** Mayores posibilidades de interacción y de potencial para enriquecer las experiencias de los consumidores.
- **Relevancia:** El marketing está donde está el consumidor.



**Las marcas están
donde tú estás
porque son como tú:
oportunidad**



Definición de marketing móvil



- El móvil está cambiando cómo, cuándo y dónde las marcas interactúan con los consumidores. La capacidad de interactuar a un nivel más personal crea nuevas oportunidades para conectar y recompensar a los consumidores, mejorando así sus experiencias.



Principales características distintivas



- Penetración.
- Ubicuidad: 24 horas, 7 días a la semana.
- Simplicidad, comodidad y funcionalidad.
- Personal.
- Posibilidades de segmentación y personalización muy elevadas.
- Aprovechamientos de elementos tecnológicos : Geolocalización, proximidad (bluetooth), realidad aumentada, etc.



Principales características distintivas



- Directo (sin intermediarios).
- Interactividad.
- Mejora en la experiencia del usuario.
- Creación de oportunidades de negocio.
- Bajo coste, rapidez y adaptabilidad en las campañas de marketing móvil.
- Medio altamente eficaz y complementario con las demás acciones de marketing.