

# **COMERCIO MINORISTA**

## **¿PERDIDO EN LAS REDES?**



**Viernes 11 de Abril, 12:00H**

**Salón de actos del recinto ferial**

**LORCA**

¿**S**e puede vender todo por Internet?

¿**P**odemos usar Internet y la telefonía móvil para dar a conocer nuestros productos y servicios?

¿Podemos usar el móvil de nuestros clientes para fidelizarlos?

¿**P**odemos conseguir más clientes a través de Internet y los teléfonos móviles?

## ALGUNOS DATOS DE NUESTRAS REDES

### Internet

- El 42% de los hogares (6,7 Millones) tiene conexión a Internet.
- El 50% de la población tiene conocimientos de Internet.
- El 95% de los Internáutas usa la WEB y el 86% el correo-e
- El 35% de los hogares de la Comunidad Murciana tiene Internet.

### Telefonía móvil.

- > 50 Millones de líneas móviles en España a comienzos 2.008.
- 112 líneas por cada 100 habitantes.
- El 64% de los móviles tiene cámara de fotos, MMS y bluetooth.
- El 100% tiene SMS y más del 83% los usa a diario.
- El 65% de los móviles lo usan personas entre 20 y 55 años.
- Más de 200.000 Millones de SMS enviados en Europa en 2007.

## OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN.

Para la **PROMOCIÓN** buscamos las herramientas más efectivas para la **COMUNICACIÓN** con los clientes con el propósito general de conseguir:

- Informar sobre los servicios o productos de nuestra empresa.
- Persuadir al potencial consumidor de los beneficios de los mismos.
- Generar el efecto **RECUERDO**.

En definitiva:

- Fidelizar a nuestros clientes.
- Ampliar nuestra cartera de clientes.
- Incrementar las ventas de la actividad.

## HERRAMIENTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DISPONIBLES POR EL PEQUEÑO COMERCIO.

### Tradicionales

- Carta (“Mailing”) y buzoneo de folletos.
- Teléfono (Telemarketing) y envíos por FAX.
- Radio y Televisión de ámbito local.
- Periódicos y revistas locales.

### Nuevas tecnologías

- INTERNET: Correo electrónico, Sitio WEB y Publicidad en la red.
- TELEFONÍA MOVIL: SMS/MMS, Bluetooth.
- MULTICANAL: SMSzero combina, folleto, móvil e Internet.

## CORREO ELECTRÓNICO

### Ventajas

- Coste bajo.
- Posibilidad de adjuntar cualquier tipo de folleto en formato electrónico.
- Mejora de imagen por innovación.

### Inconvenientes

- Saturación.
- Tiempo de lectura por parte del usuario
- SPAM, demasiado correo basura.

## SITIO WEB

### Ventajas

- Información detallada de productos y servicios.
- Disponibilidad de información y servicio 24x7.
- Mejora de marca al disponer de dominio propio.
- Mejora de la imagen ante nuestros clientes por la innovación.
- Interactividad: Formularios, Descargas, Comercio Electrónico.

### Inconvenientes

- Coste medio: *Diseño, hospedaje, mantenimiento, etc.*
- Tiempo de producción y actualizaciones de contenidos.
- Es necesario un esfuerzo en dar a conocer nuestro sitio WEB.

## PROMOCION DE UN SITIO WEB

### Medios habituales

- Alta en Buscadores.
- Publicidad en buscadores: Google, Yahoo, MSN, etc.
- Diarios digitales, Sitios especializados, ...

### Ventajas

- Generamos un mayor número de visitas a nuestras páginas.
- Aumenta el conocimiento de nuestro nombre de dominio

### Inconvenientes

- Coste y dedicación de recursos.
- No hay garantía de éxito.
- Requiere un sitio WEB cambiante y atractivo.



## MARKETING MOVIL

### Medios de amplia cobertura: desde Internet al móvil

- Utilizan las redes de los operadores móviles
- Envío de mensajes SMS desde Internet.
- Gestión de mensajes SMS recibidos: Números Premium vs. largos.
- Envío de MMS y WAPs Links.

### Medios de proximidad: Bluetooth.

- Utilizan el sistema Bluetooth.
- Balizas Bluetooth: hasta 100m.

## ENVÍO DE SMS DESDE INTERNET

### Ventajas

- “Todo el mundo tiene teléfono móvil”.
- Todos los móviles pueden enviar y recibir mensajes SMS.
- Los mensajes de remitentes conocidos son leídos siempre.
- Bajo coste de envío de un SMS.
- Escritura y envío rápido de los mensajes.
- Envío a grupos de clientes “de golpe”.
- Envíos diferidos, se preparan para enviarse otro día.
- Mensajes directos: Obliga a textos concisos, sólo 160 caracteres.
- Mejora la imagen ante nuestros clientes por innovación

### Inconvenientes

- ¿Necesitamos disponer de un PC con conexión a Internet?.

## MMS Y OTROS SERVICIOS DE ENVÍO

- Mensajes multimedia: MMS.
- WAP Links: Envío de una dirección de Internet para:
  - *Navegar desde el móvil.*
  - *Descarga de archivos al móvil.*
  - *Descarga de aplicaciones.*

### Ventajas

- Información más vistosa al ser multimedia.
- Permite interactividad en el usuario.

### Inconvenientes

- Mayor coste de enviar un MMS que un SMS.
- En los WAP Links, coste del receptor por tráfico.

## SERVICIOS DE RECEPCIÓN DE SMS

### Sistemas de numeración.

- Números Premium
  - *Sobretarifados.*
  - *Peor aceptación por el usuario.*
  - *Dudosa seguridad de la base de datos generada.*
  - *Ejemplo: Envía **IFA** al **5533***
- Números corrientes.
  - *Sin tarificación adicional.*
  - *Seguridad de la Base de datos.*
  - *Mejor aceptación por los usuarios.*
  - *Ejemplo: Envía **SCOLOR** al **600708020***

## SERVICIOS DE RECEPCIÓN DE SMS

### Usos y ventajas

- Promoción mediante participación en sorteos.
- Perfecta combinación con sitios WEB.
- Permite enviar por correo-e mas información.
  - Ejemplo: Envía **SCOLOR + tu e-mail** al **600708020**
- Sirven para generar Bases de Datos.
- Activación de otros servicios desde SMS.
- Siempre responden con un mensaje SMS.
- Recoger opiniones.

## MARKETING MOVIL DE PROXIMIDAD: BLUETOOTH



### Ventajas

- Envío de archivos multimedia a teléfonos móviles.
- Coste de envío cero.
- Ideal para comercio, ferias y eventos multitudinarios.

### Inconvenientes

- Coste de diseño de campañas.
- Necesita compra o alquiler de dispositivo emisor bluetooth.
- Requiere publicidad del servicio.
- Alcance máximo 100m.
- No todos los móviles incorporan bluetooth
- No todos los usuarios conocen su manejo.

## MARKETING MOVIL DE PROXIMIDAD: BLUETOOTH



### Otras ventajas

- Segmentación/Localización

*El marketing de proximidad permite acotar el público objetivo ya que tiene un marcado componente de localización.*

- No intrusismo

*Para que el usuario reciba el impacto es necesario solicitar su permiso, si no desea recibir el impacto, el usuario no es molestado más.*

- Calidad de los impactos

*El usuario persigue las marcas que consume, por lo que él mismo busca el contacto con ellas, maximizando así los niveles de fidelidad.*

- Interactividad

*La tecnología de marketing de proximidad permite que el usuario interactúe con la marca seleccionada, por lo que la calidad del impacto se refuerza.*

## MARKETING MULTICANAL: SMSzero

### Características

- Utiliza tres canales de publicidad en cada campaña:
  - *Folleto: Elemento visual real*
  - *Internet: Potencia las visitas a nuestro sitio WEB*
  - *SMS: Todos los mensajes van patrocinados por la marca*
- Efecto multiplicador. *Es el “boca a boca” con medios tecnológicos.*
- Coste por impacto bajo.
- Amplía el efecto de “RECUERDO”
- Ideal para:
  - *fidelización de clientes*
  - *Promoción en ferias y eventos multitudinarios.*
- Mejora la imagen de la empresa: *alto grado de innovación tecnológica .*





## MARKETING MULTICANAL: SMSzero

### Características

- *Habilita al poseedor de la tarjeta para el envío de 10 SMS desde Internet de forma gratuita.*
- *Publicidad en la propia tarjeta.*
- *Publicidad en la WEB de envío de los SMS.*
- *Aumento de las visitas a la WEB del promotor.*
- *Añade al final de cada SMS enviado un texto con el patrocinador del mensaje.*
- *Orientado a captación y fidelización del cliente joven.*
- *Sustituye y mejora a otros objetos promocionales (calendarios, mecheros, bolígrafos, etc.)*
- *Impacto superior por el valor de la innovación tecnológica.*



## **COLOCIO: ¿ALGUNA PREGUNTA?**



Towerplane Advanced Projects 2.008

[www.towerplane.com](http://www.towerplane.com)

info@towerplane.com

+34 966-083-591