



Haz crecer tu negocio con

MARKETING MÓVIL

¿DE QUÉ VAMOS A HABLAR?



Introducción

Tipos de desarrollos de Aplicaciones Nativas

Desarrollo a Medida de Apps

Apps Nativas con tecnología pre desarrollada

Funciones de Apps Nativas pre desarrolladas

Envío de Mensajes Push

Tienda Móvil

Mensajes Geolocalizados

Gestor de pedidos

Fidelización de clientes

Formularios Personalizados

Puntos de Interés

Tablas de información

Envío de Imágenes

Redes Sociales

Integraciones

Ejemplos de Apps por sectores

Aplicaciones para Gimnasios

Aplicaciones para Restaurantes

Aplicaciones para Tiendas

Ejemplos para Bufetes de Abogados

Ejemplos para Clubs o Discotecas

Ejemplos para Academias y Escuelas

Campañas de Marketing Móvil

Campañas de Notificaciones Push

Campañas de Marketing GeoPush

Campañas de Remarketing

Campañas de Email Marketing

Conclusiones

Introducción

INTRODUCCIÓN

Los tiempos están cambiando en el mundo del pequeño y mediano comercio. Ir de compras a través de una aplicación es cada vez más popular y en muchos casos, es la forma favorita de los consumidores para realizar sus compras, un 30% de la generación Millennials utiliza el móvil para realizar sus compras cada mes.

Pero no solo la usan para ir de compras, si no para pedir comida a domicilio, hacer reservas en un hotel o comprar entradas de una discoteca.

Las aplicaciones dan a los compradores todo lo que necesitan y lo ponen al alcance de la mano, sin importar dónde se encuentren. Como resultado, los comercios físicos tradicionales están cambiando su enfoque hacia el mundo de los móviles y muchos han decidido invertir en el desarrollo de una App, lo que antes requería grandes inversiones. Por suerte, en la actualidad hay empresas que ofrecen soluciones para desarrollar apps nativas a precios muy económicos.

El tener una App debe ser una prioridad para cualquier comercio al por menor, pero lógicamente esto no es suficiente. Si la aplicación no es buena, la reacción de los consumidores puede ser peor que no tener una app. Los usuarios quieren una experiencia muy sencilla y personalizada, se han acostumbrado a las apps de los grandes comercios electrónicos como Amazon y Groupon, y quieren algo que esté a la altura. Esmérate en el diseño de la App igual que lo haces en tener tu negocio resplandeciente, al fin al cabo tanto uno como el otro son tu escaparate. Piensa que el usuario siempre lleva tu empresa en el bolsillo por lo que debes estar siempre presentable.

Con una App móvil tienes la herramienta definitiva para comunicarte con los usuarios de manera inmediata y directa. Tienes que tener en mente que los objetivos generales de tener una App son **conseguir nuevos clientes y fidelizar a los existentes**.

En este **ebook** haremos un repaso del **tipo desarrollos** existentes para realizar una **App Móvil**, las **funciones disponibles** para obtener de ellas los máximos beneficios para el negocio, **ejemplos de Apps por sectores** y algunas **campañas de marketing móvil** utilizando las funciones de la App.

Tipos de Aplicaciones Nativas

TIPOS DE APLICACIONES NATIVAS

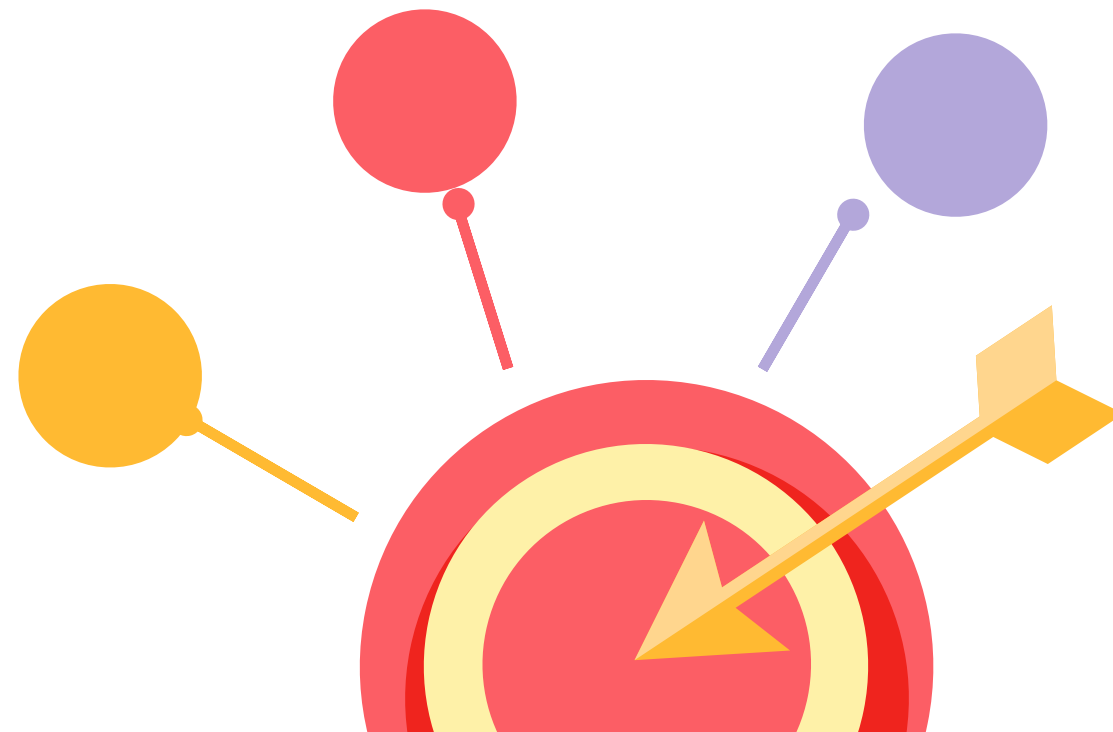
Desarrollo a Medida de Apps:

Los desarrollos a medida de las Apps suelen costar miles de euros por lo que solo negocios más grandes pueden permitírselo. El tiempo de desarrollo es muy largo y una vez que la aplicación está publicada en los Market Place cualquier cambio que quieras realizar sobre ella tendrás que acudir a programadores informáticos especializados en desarrollo de Apps.

Apps Nativas con tecnología pre desarrollada:

Por suerte en la actualidad han surgido una serie de iniciativas que permiten realizar Apps Nativas de la más alta calidad por muy poco dinero. Este tipo de Apps han sido pensadas para pequeñas y medianas empresas, por lo que cuentan, de manera pre desarrollada, con todas las funciones enfocadas a los objetivos de fidelización y generación de clientes. El tiempo de desarrollo es muy corto y la funcionalidad que tienen es superior a la mayoría de desarrollos a medida.

Otra gran ventaja de este tipo de Apps enfocadas a PYMES es que permiten poder gestionar la App, cambiar el diseño o añadir y quitar funciones sin saber nada de programación.



Funciones de Apps

Nativas

predesarrolladas

FUNCIONES DE APLICACIONES NATIVAS PREDESARROLLADAS

Vamos a realizar un repaso a las funciones orientadas al marketing para que veas el potencial que tienen de cara a hacer crecer tu negocio (aunque aquí describimos muchas funciones muchas de ellas no estarán en todas las plataformas, dependerá de la calidad de la tecnología de cada empresa que las desarrolla).

Envío de Mensajes Push:

Los mensajes push son una herramienta muy potente porque te permiten enviar una comunicación a cualquier usuario de la App de manera inmediata. Una vez que lo envías el usuario lo recibirá directamente en su teléfono de manera destacada. Es la forma ideal de comunicar alguna novedad destacada de tu negocio, hacer algún tipo de promoción o cualquier cosa que consideres relevante.

3 formas de gestionar los mensajes push:

- ✓ **Programación** : Puedes crear los mensajes push y prográmalos para que se envíen en el día hora creas más oportuno.
- ✓ **Segmentación** : También existe la opción de enviar mensajes push segmentados por intereses para que no lleguen de manera indiscriminada a todos los usuarios. Estos pueden definir sus propios intereses a través de la App.
- ✓ **Geolocalización** : Esta función permite enviar las notificaciones a los usuarios que estén en un área geográfica concreta previamente definida por ti. También se pueden combinar los mensajes push geo localizados con la programación de horas.

FUNCIONES DE APLICACIONES NATIVAS PREDESARROLLADAS

Tienda Móvil:

Esta función te permite añadir productos o servicios a tu App para que los usuarios puedan realizar pedidos desde cualquier lugar, en cualquier momento con la mejor experiencia. Puedes integrar diferentes formas de pago para facilitar al usuario la compra.



Mensajes Geolocalizados:

Si tu App dispone de esta funcionalidad podrás enviar mensajes, cupones, ofertas y chatear con tus clientes en tiempo real. Tu defines el área geográfica de acción y podrás comunicarte con todos los usuarios de tu App que estén en ese radio.

Gestor de pedidos:

El gestor de pedidos es apropiado para negocios de comida, el usuario podrá desde la aplicación encargarse y pagar su pedido para que se lo envíen a casa o ir a recogerlo al local.

Puntos de Interés:

Podrás situar en el mapa todos aquellos puntos que te sean relevantes para tu negocio. El usuario puede seleccionar el punto de interés y utilizar el GPS para que le vaya guiando para llegar al destino.

FUNCIONES DE APLICACIONES NATIVAS PREDESARROLLADAS

Fidelización de clientes:

Existen diferentes tipos de funciones de fidelización de clientes, pero los más potentes son los cupones QR, las tarjetas virtuales de sellos y los cupones GPS.

- ➡ **Cupones QR:** Los cupones de QR son promociones que están codificados en QR's, estos QR's pueden estar en un anuncio, en la mesa de tu restaurante o donde consideres. Cuando el usuario se encuentre con uno de ellos podrá desbloquear la promoción leyendo el código QR con su Smartphone.
- ➡ **Tarjetas virtuales de sellos:** Son tarjetas de sellos que el usuario irá desbloqueando a medida que cumpla los requisitos definidos por ti, por ejemplo, comer en el restaurante. Cada que come en el restaurante desbloqueas uno de los sellos con un código secreto, cuando haya desbloqueado todos los sellos definidos en la App el cliente tendrá una recompensa.
- ➡ **Cupones GPS :** Son ofertas que envías a los clientes y que solo se desbloquean para obtener el beneficio si el usuario entra en el área de acción predefinido por ti.



FUNCIONES DE APLICACIONES NATIVAS PREDESARROLLADAS

Formularios Personalizados:

Con esta función podrás realizar formularios para la generación de contactos a los cuales enviar notificaciones personalizadas, formularios para reservas, citas, o formularios de satisfacción.

No necesitas saber programación para implementar ningún formulario y son totalmente personalizables en diseño y campos de recogida de datos.

Tablas de información:

Esta funcionalidad te permite añadir toda la información relevante de tu negocio. Descripción del negocio, localización, menú del restaurante, tu blog, etc.

Envío de Imágenes:

Los usuarios de la App pueden hacer una foto y enviarla a través de la App. Imagina que es la App de una discoteca, los clientes que estén en la fiesta pueden mandar fotos de la noche con sus amigos. Al día siguiente se puede crear una galería de fotos con todas las fotos de la noche para que la puedan disfrutar todos los usuarios de la App.

Redes Sociales:

La función de Redes Sociales permite integrar el Facebook de tu empresa, Twitter, Instagram etc., de tu empresa, para que los usuarios puedan interactuar a través de estas redes. Esto ayudará a que se habla de tu negocio y se haga viral.

Integraciones:

Esto abre un mundo de posibilidades ya que puedes integrar en tu App todos los contenidos que tengas en otros servicios como puedan ser: Vídeos de YouTube, Mailchimp. RRSS, Podcast etc.

Ejemplos de Apps por Sectores

EJEMPLOS DE APPS POR SECTORES

Aquí te mostramos algunos ejemplos del uso que se le puede dar a una App, dependiendo del sector empresarial, utilizando las funciones descritas con anterioridad.

Aplicaciones para Gimnasios

- ✓ Ubica tus gimnasios en un mapa y guía vía GPS a los usuarios hasta ellos.
- ✓ Ofrece información de contacto y facilita la comunicación con tus clientes.
- ✓ Actualiza o añade información en tu app en tiempo real y mantén informados a tus seguidores.
- ✓ Tener acceso directo a diferentes listas de YouTube con videos de entrenamientos o consejos nutricionales.
- ✓ Mantener informados a los usuarios de todas las novedades, cambios de clases, horarios especiales con mensajes push.
- ✓ Vender productos de merchandising y complementos nutricionales directamente desde la app.
- ✓ Implementar un acceso con Login para acceder a información personalizada (grupos de entrenamiento, clases).
- ✓ Integrar las Redes Sociales para aumentar la comunidad.
- ✓ Crear una vista nativa de tu blog vía RSS compartiendo consejos y novedades de tu gimnasio.
- ✓ Cupones de descuento exclusivos para los usuarios que tenga la aplicación descargada.
- ✓ Los usuarios pueden compartir tu App con sus contactos, ayudándote a difundirla y conseguir nuevos clientes.
- ✓ Ofrecerte su opinión y sugerencias mediante un formulario.
- ✓ Compartir contenidos de tu aplicación en las Redes Sociales para aumentar tu imagen de marca en internet.
- ✓ Consultar horarios de clases desde cualquier lugar.

EJEMPLOS DE APPS POR SECTORES

Aplicaciones para Restaurantes

- ✓ Aumentar tu comunidad en las redes gracias a los accesos directos a las RRSS.
- ✓ Localizar tu restaurante y ayudar a que tus clientes te encuentren.
- ✓ Mayor automatización, simplifica tu sistema de pedidos.
- ✓ Fidelizar clientes: Aumenta tu cartera de habituales ofreciendo tarjetas virtuales de fidelización y cupones QR.
- ✓ Comunícate directamente con tus clientes mediante mensajes push: ofrece el menú del día, recomendaciones del chef, eventos especiales...
- ✓ Muestra fotos y videos de tu restaurante.
- ✓ Aumenta tu mailing list.
- ✓ Tus clientes podrán consultar tus productos y realizar compras desde cualquier lugar.
- ✓ Estar informados sobre eventos, ofertas o nuevas colecciones gracias a los mensajes push.
- ✓ Disfrutar de descuentos exclusivos para los usuarios que tengan la app de tu tienda descargada.



EJEMPLOS DE APPS POR SECTORES

Aplicaciones para Tiendas

- ✓ Da a conocer tu tienda física. Enseña fotos de tu local y guía vía GPS a los usuarios hasta tu tienda.
- ✓ Interactuar de manera personalizada con los clientes gracias al envío de mensajes push y segmentados por temáticas.
- ✓ Fidelizar a tus clientes mediante: Cupones QR, Cupones GPS, Tarjetas virtuales de fidelización.
- ✓ Aumenta tu comunidad en las redes gracias a los accesos directos a las RRSS.
- ✓ Facilitar y agilizar el proceso de compra a tus clientes integrando la pasarela de pago nativa.
- ✓ Disponer de una app compatible con iPhone, iPad, Android y Html5, estando presente en los principales markets de aplicaciones.
- ✓ Tus clientes podrán consultar tus productos y realizar compras desde cualquier lugar.
- ✓ Estar informados sobre eventos, ofertas o nuevas colecciones gracias a los mensajes push.
- ✓ Disfrutar de descuentos exclusivos para los usuarios que tengan la app de tu tienda descargada.
- ✓ Ponerse en contacto con tu tienda gracias al botón de llamada rápida.
- ✓ Enviarte comentarios y darte feedback.
- ✓ Compartir tu App con sus contactos, ayudándote a difundirla y conseguir nuevos clientes.

EJEMPLOS DE APPS POR SECTORES

Ejemplos para Bufetes de Abogados

- ✓ Dar a conocer tu bufete. Enseña fotos de tu local y guía vía GPS a los usuarios hasta tu despacho.
- ✓ El tener una App te hace estar a la vanguardia y aumenta la imagen de marca de tu negocio
- ✓ Implementa un sistema de Login para que tus clientes puedan conocer en todo momento información sobre sus casos.
- ✓ Si llevas un blog especializado, podrás informar de nuevas publicaciones incluso por temáticas gracias a los mensajes push segmentados.
- ✓ Ofrecer consultas mediante formulario.
- ✓ Recibir fotos de casos y notas de voz de los clientes.
- ✓ Pedir y gestionar citas con su abogado vía app.
- ✓ Consultar la información legal que necesiten.
- ✓ Contactar con un solo clic mediante el botón de llamada rápida.
- ✓ Dejar comentarios o sugerencias en un chat integrado en la aplicación.



EJEMPLOS DE APPS POR SECTORES

Ejemplos para Clubs o Discotecas

- ✓ Localiza tu club y ayuda a que tus clientes te encuentren.
- ✓ Dar a conocer los eventos especiales y fiestas mediante el envío de mensajes push.
- ✓ Gestionar las reservas y venta de entradas vía app.
- ✓ Conectar la app con las Redes Sociales para hacer crecer tu comunidad de seguidores y aumentar el número de interacciones.
- ✓ Subir las fotos y vídeos de las fiestas a la app para que los usuarios puedan descargarlas directamente.
- ✓ Diferenciarse de la competencia local y fidelizar a sus clientes.
- ✓ Incluye un calendario de eventos e información sobre tus DJ's residentes.
- ✓ Acceso especial vía Login para clientes VIP.
- ✓ Aumenta tu mailing list.
- ✓ Conocer las fiestas, eventos y todas las novedades de tu local o empresa de eventos gracias a las notificaciones push.
- ✓ Compartir las fotos de eventos pasados con los demás usuarios de la app.
- ✓ Reservar o comprar entradas para próximas fiestas.
- ✓ Consultar detalles de eventos futuros y pasados.
- ✓ Ofrecer un nuevo canal de comunicación mediante el que los clientes tendrán la posibilidad de hacer sugerencias y comentarios a través de formularios.
- ✓ Compartir tu App con sus contactos, ayudándote a difundirla y conseguir nuevos clientes.

EJEMPLOS DE APPS POR SECTORES

Ejemplos para Academias y Escuelas

- ✓ Enseña fotos de tu colegio y guía vía GPS a los usuarios hasta él.
- ✓ Mejora tu relación con la comunidad de padres y alumnos ofreciéndole nuevas vías de información.
- ✓ Los usuarios pueden estar informados de todas las noticias de la escuela.
- ✓ Descargar documentos educativos.
- ✓ Los padres tendrán un botón de llamada directa desde el que podrán ponerse en contacto directamente con el colegio.
- ✓ Compartir imágenes de excursiones y eventos del colegio filtrándolas a través del administrador de la app antes de publicarlas.
- ✓ Los usuarios podrán pedir cita con los profesores más fácilmente.
- ✓ Consultar sus notas, horario de clases y actividades o ponerse en contacto con el centro directamente desde la app.



Campañas de Marketing Móvil

CAMPAÑAS DE MARKETING MÓVIL

Antes de poder poner en marcha campañas de marketing móvil eficaces, es necesario tener algunas cosas claras para asegurarse de que está obteniendo el máximo partido de tu inversión.

Puedes tener la mejor App del mundo, pero si la campaña de marketing móvil está mal planteada, seguro que será un fracaso. Entonces, ¿cómo me puedo asegurar el poner en marcha campañas de éxito a través de la App para conseguir nuevos clientes y fidelizar los actuales?

Tres consejos que debes de seguir siempre:

- 1. Un mensaje claro:** Para atraer usuarios que interactúen con tu aplicación es clave el tener un mensaje claro y conciso. Cada vez es más difícil destacar entre la multitud por lo que tienes que ser original y focalizar en el mensaje que elijas. Cuando la gente ve promoción o la notificación que le envías debe ser capaz de entender al instante lo que le ofreces y el valor que le aporta como usuario.
- 2. Define tu público objetivo:** Tienes que tener tu público objetivo bien definido y segmentado para ser eficaz. Si tienes una heladería y sabes que tu público son principalmente niños que salen de clase con sus padres y jubilados no hagas una campaña genérica para todo el mundo, dirígela solo a aquellos que más les interesa lo que les tienes que decir. De la otra forma solo conseguirías dos cosas, malgasta tiempo/dinero y molestar a la gente que de antemano sabes que no te le interesa tu negocio. ¡NO MATES MOSCAS A CAÑONAZOS!

CAMPAÑAS DE MARKETING MÓVIL

3. Incrementa el tamaño de tu audiencia: Huelga decir que ninguna campaña de marketing será efectiva si la audiencia a la que llegas es demasiado pequeña. Por ello tienes que tener siempre en mente el fomentar que tus clientes se descarguen la aplicación cuando visitan tu tienda, discoteca, restaurante, peluquería, gimnasio, etc. Cuando les cuentes los beneficios que obtendrán por descargar la App no dudarán en instalarla en sus dispositivos. Se insistente pero siempre centrando el mensaje en los beneficios que obtendrán.

También tienes que conseguir que tus posibles clientes se descargan la App, puedes usar tus canales tradicionales de marketing para ello. Introduce un código QR con el enlace de descarga de tu App, en los anuncios que publicas en carteles, páginas amarillas, en el escaparate de tu negocio o en cualquier soporte físico o digital en el que te anuncies. Si tienes página Web no se te pasará que te voy a pedir que la anuncies ahí ¡A bombo y platillo!



CAMPAÑAS DE MARKETING MÓVIL

Campañas de Notificaciones Push

Las notificaciones push son el santo grial del marketing móvil. Cuando se utilizan correctamente, pueden aumentar la fidelización de tus clientes. Pero cuando se hace mal, puede cansar a los usuarios. Entonces, ¿qué aspectos debo de seguir para utilizar correctamente los mensajes push?

- ✓ **Anuncia novedades:** Son ideales para anunciar novedades a tus usuarios, pero un cliente que compra habitualmente zapatos de tacón en tu tienda difícilmente estará interesado en las novedades que le acabas de enviar sobre botas de caza. Le vendrá a la cabeza que le está llegando spam (publicidad indiscriminada) y puede que corte el permiso para recibir notificaciones push de tu App.

Consejo: Se consciente de los diferentes gustos e intereses de tus usuarios y segmenta tus campañas de notificación para que sean efectivas.

- ✓ **Anunciar una venta exclusiva :** ¿Quién no adora las ventas exclusivas? Las notificaciones push son la manera perfecta de anunciar ofertas exclusivas para un periodo corto de tiempo, te ayudará a incrementar las ventas de ese día. Lo que no debes hacer es usar esa función para cada día enviar una promoción (para ello el email marketing es menos invasivo) ya que quemarás al usuario. Recuerda el segmentar para que cada usuario reciba lo que le puede interesar.

Consejo: Intenta transmitir un sentido de urgencia combinado con mensajes que llamen a la acción, tienes que intentar movilizar al usuario. Si personalizas la notificación con el nombre de los usuarios incrementarás la sensación de exclusividad.

- ✓ **Mensajes transaccionales :** Las notificaciones también se pueden utilizar para los mensajes transaccionales para dar a los usuarios una información actualizada sobre sus pedidos.

Consejo: Si tienes un restaurante que envía comida a domicilio no dudes en enviar notificaciones push a los clientes con cada novedad acerca del reparto (preparando su comida, de camino a su domicilio, estamos en su puerta). Este tipo de notificaciones serán muy apreciadas por tus clientes. ¡Sé oportuno!

CAMPAÑAS DE MARKETING MÓVIL

Campañas de Marketing GeoPush

Las campañas Geo-push son el próximo boom en marketing móvil. ¿Por qué? Son las notificaciones push, pero se envían en tiempo real cuando un usuario se aproxima o sale de una ubicación específica (como una de sus tiendas físicas). Pero como siempre se ha dicho un gran poder conlleva una gran responsabilidad. Hay una manera correcta e incorrecta de utilizar este tipo de notificaciones.

¿Qué significa exactamente de la manera correcta? Esto significa que hay que enviar mensajes altamente relevantes a un grupo selecto de usuarios. Las campañas siguientes muestran todos los elementos que se deben tener en cuenta para que este tipo de mensajes sean apreciados por los usuarios:

- ✓ **Anuncia ventas relevantes basados en el historial de compras:** Si un usuario pasa por su tienda, las notificaciones geo-push son una oportunidad perfecta para hacerles saber que hay una oferta o promoción en algo que están interesados. Lo sabrás si segmentas a tus usuarios por categorías de su historial de compras:

Consejo: Si tienes varias tiendas en un área determinada restringe las notificaciones a una vez por usuario y día.

- ✓ **Anuncia novedades:** Similar a lo anterior, pero en este caso puedes enviar notificaciones de lo último que estás vendiendo, recuerda segmentar por tu historial de compras. Es una oportunidad perfecta para mantener a los compradores informados y generar el recuerdo de marca.

CAMPAÑAS DE MARKETING MÓVIL

- ✓ **Promover programas de fidelidad:** Puedes crear tarjetas de fidelización cupones que se vayan sellando en cada compra que haga el cliente y así cuando lleguen a los sellos necesarios recibirán un premio o un descuento especial. Las notificaciones geolocalizadas pueden funcionar muy bien aquí, recordando al usuario que pase cerca tu zona que tiene una tarjeta de cupones y que cuando la complete recibirá un premio, esto sin duda les animará a pasarse por tu tienda.

Consejo: Recuerda limitar en el tiempo este tipo de notificaciones a una o dos veces por semana, si un cliente pasa por delante de tu tienda todos los días no necesita que le recuerdes a diario que tiene una tarjeta de fidelización.

- ✓ **Ventas Flash exclusivo para usuarios de APP:** Tener ventas flash exclusivas que sólo pueden beneficiarse los usuarios que tienen activas las notificaciones y permisos de GPS puede ayudar a aumentar tus ventas. La lógica es la misma, el usuario ve útil que se le envíen mensajes porque redunda en su propio beneficio.

Consejo: Haz coincidir las campañas con días festivos o fines de semana que históricamente traen mucha afluencia a tu negocio.



CAMPAÑAS DE MARKETING MÓVIL

Campañas de Remarketing

El remarketing es una táctica utilizada para conducir a los usuarios existentes de nuevo a tu aplicación a través de la publicidad. Las tácticas de remarketing más eficaces son las segmentadas. A continuación, se presentan algunas maneras eficaces de redirigir a los usuarios:

- ✓ **Notificación push o publicidad online:** Tienes que analizar los usuarios que no visitan tu aplicación desde hace mucho tiempo y enviarles una notificación con una oferta muy llamativa de cara a reconducir su interés y llamar su atención. Puedes hacer lo mismo a través de anuncios online en redes de display, para ello tendrás que subir un archivo con los usuarios de tu app, que no ya la usan, a herramientas como Google Adword o Facebook ads. Si un usuario no te visita en unos 30 días puede ser una alerta y tendremos que esforzarnos en llamar su atención, de todas formas, este análisis dependerá de cada tipo de negocio.

Consejo: Párate a analizar los datos y ver estos usuarios que se están olvidando de tu marca, el tiempo dedicado al análisis nunca es tiempo perdido. El coste de adquisición de conseguir un nuevo cliente es mucho mayor que el de fidelizar a uno existente por lo que retorno de la inversión está claro en qué tipo de acciones es más favorable.

CAMPAÑAS DE MARKETING MÓVIL

Campañas de Email Marketing

Tienes una base de datos de usuarios de la app y esto significa que la puedes usar en otros canales diferentes a los de tu App. Cada canal de marketing es apropiado para una finalidad diferente. Por ejemplo, puedes usar la BBDD para realizar campañas de email marketing.

- **Promociones de larga duración:** Mientras que la aplicación y las notificaciones push son, como hemos comentado, las más adecuadas para las ofertas puntuales de un día, las campañas de email marketing son apropiadas para promociones que tienen una duración mayor, como por ejemplo la campaña de navidad. Si envías un email con todos los productos que tienes en promoción para la campaña de navidad, los compradores pueden volver al mensaje promocional una y otra vez (igual que consultarían una revista con las promociones) sin tu tenerles que enviar continuos recordatorios a través de notificaciones.

Consejo: Utiliza el email marketing para campañas reconocidas por la población en general, como la de navidad, verano, vuelta al cole, etc. Una vez más, no te olvides de segmentar, el ser más preciso trae necesariamente mayores ratios de conversión.



Conclusiones

CONCLUSIONES

1

Si tienes una PYME y haces publicidad no hay ninguna más directa que tener una App.

2

La tecnología más adecuada para el desarrollo de tu App es la basada en tecnologías de funcionalidades predesarrolladas. Tu inversión será mínima y están pensadas para que dispongan de todas las funciones para que una PYME puede sacar el máximo provecho del Marketing Móvil.

3

Ser creativo, las funciones son herramientas que están a tu servicio, tú conoces tu negocio y sabes cuál va a ser la mejor manera de explotarlas.

4

¡Segmentar, segmentar, segmentar! Es lo más rentable al corto plazo y al largo plazo. Solo llegas a la gente interesada y solo les notificas algo cuando es oportuno. Si segmentas el usuario estará contento y le fidelizarás.

5

Prueba, toca, cambia, pivota en tu estrategia de marketing móvil, pero bajo ningún concepto te quedes parado. Cuanto más toque más afinarás la melodía para alcanzar altos niveles de rentabilidad en tus campañas.