



COMUNICACIÓN

Nuevas tendencias





SATURACIÓN

UN NUEVO CONTEXTO

La comunicación basada en los medios tradicionales es ***cada vez menos eficiente.***

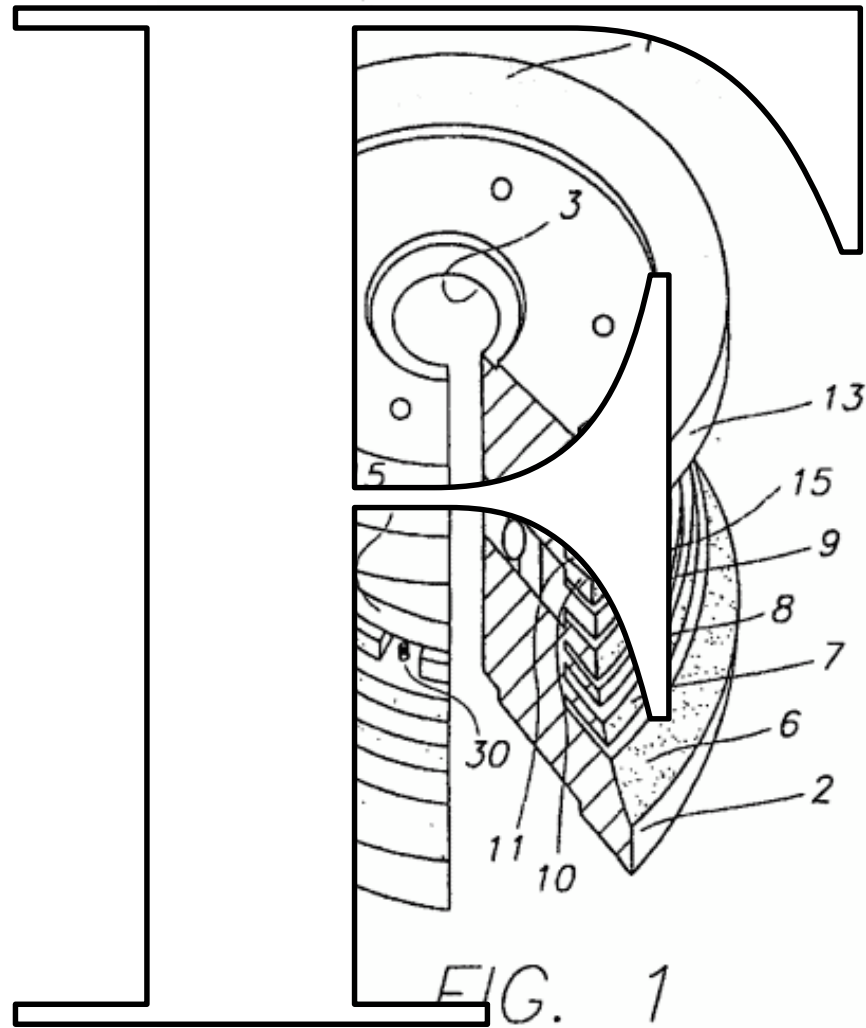
La inversión en medios tradicionales lleva ya varios años ***por debajo*** de la no convencional.

Según el último estudio de InfoAdex: **el marketing móvil creció un 8,5%; Internet, un 7,2%, y el marketing telefónico, un 1,9%.**

El 76% de los consumidores piensa que la publicidad ***le está mintiendo.***

“ Necesitamos ***dejar de interrumpir*** a la gente en lo ***que está interesada*** y ser parte de ***lo que a la gente le interesa***”

Craig Davis. Director General Creativo de JWT



FRAGMENTACIÓN

UNA NUEVA COMPLEJIDAD

Con la llegada de la TDT, los canales abiertos existentes se han multiplicado ***por tres.***

Con la llegada de los Iphone e Ipad, la tecnología ***se ha reconvertido:***
Smartphone, PDA y Tablet PC, Bluetooth, Wifi, Grps, 3G y HDSPA, etc.

TENDENCIA

UNA NUEVA POSIBILIDAD



Hoy hay ***más móviles que televisiones*** en el mundo.

Ante la crisis de confianza en las marcas, el consumidor ***necesita un cambio importante*** en los mensajes.

The YouTube logo, consisting of the word "You" in black and "Tube" in white on a red rounded rectangle background.

65,000 videos/día

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rounded rectangle background.

125,000,000 visitas/día

The Google logo, consisting of the word "Google" in its multi-colored font.

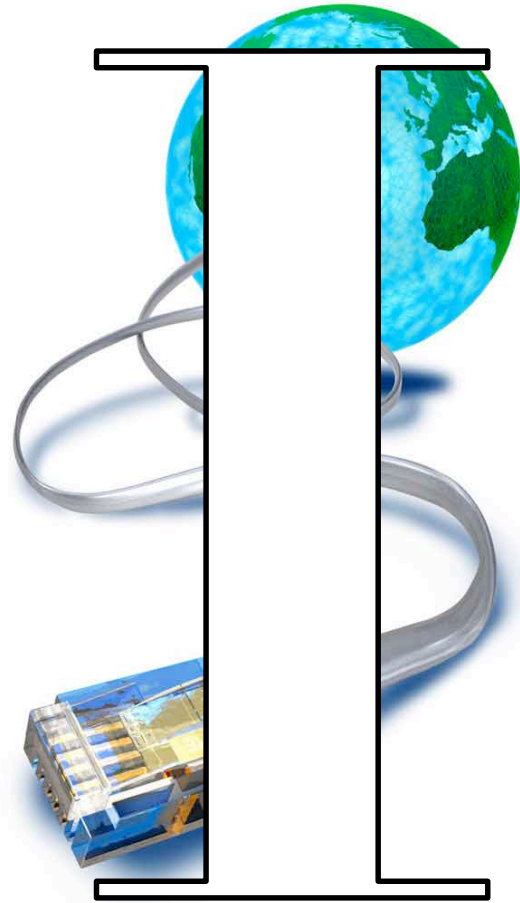
150,000,000 búsquedas/día

El mercado de clientes ***obliga a conversar*** con ellos. Es decir, hacer un **marketing relacional** que los implique en la marca.

Los tiempos del ***monólogo marca-cliente*** se han acabado. Ahora se impone la **comunicación bidireccional** (marca y cliente al mismo nivel)

La gran pregunta que todo anunciante debe hacer a su cliente es:

“¿Recomendaría usted nuestra marca/ producto/servicio a un amigo o colega?”



INTERNET
UN NUEVO MUNDO

Crecimiento muy rápido en los últimos años.

Internet ofrece **innumerables modos de comunicación**, por lo que es un complemento excelente para el **marketing mix**.

Actualmente, **la saturación es todavía baja**, especialmente en lo que se refiere a nuevos soportes y formatos, que siguen resultando muy **novedosos e impactantes**.

Internet, junto con la Televisión y el Cine, son los únicos medios que permiten **creatividades multimedia**.

Además Internet es el único medio que aporta la **interactividad**; el seguimiento en tiempo real y la flexibilidad.



**PODEMOS GESTIONAR TU MAILING AL
CLIENTE.**

MANTENEMOS LISTA TU WEB.

**CREAMOS MICROSITES QUE REALCEN TU
PRODUCTO.**

**GESTIONAMOS SISTEMAS DE COMPRA EN
INTERNET (E-COMMERCE).**

COMUNIDAD VIRTUAL

UNA NUEVA SOCIEDAD DE MARCAS



Una comunidad virtual es un grupo de personas que **comparte intereses y se interrelaciona por medio de una red digital.**

La comunidad **da valor al cliente.**

El cliente desarrolla **sentido de identidad, pertenencia y lealtad** a la comunidad.

Algunos ejemplos

- *Foros de discusión*
- *Grupos de correo electrónico*
- *Grupos de noticias*
- *Video Conferencias*
- *Chat*
- *Redes Sociales*
- *Dimensión de usuario múltiple: Genera un avatar que el usuario maneja (Habbo, Second Life, World of Warcraft)*

“¿Cómo se introduce aquí nuestra marca?”

Buscando al consumidor en su entorno, **donde las comunicaciones no sean interrupciones sino que le aporten valor**, creando grupos y contenidos que pueda conseguir.

Aquí entra el concepto de
marketing 2.0

Introducir las redes sociales y la nueva web 2.0 (youtube, myspace, etc.) en las actividades de la compañía. Sus funciones son las siguientes:

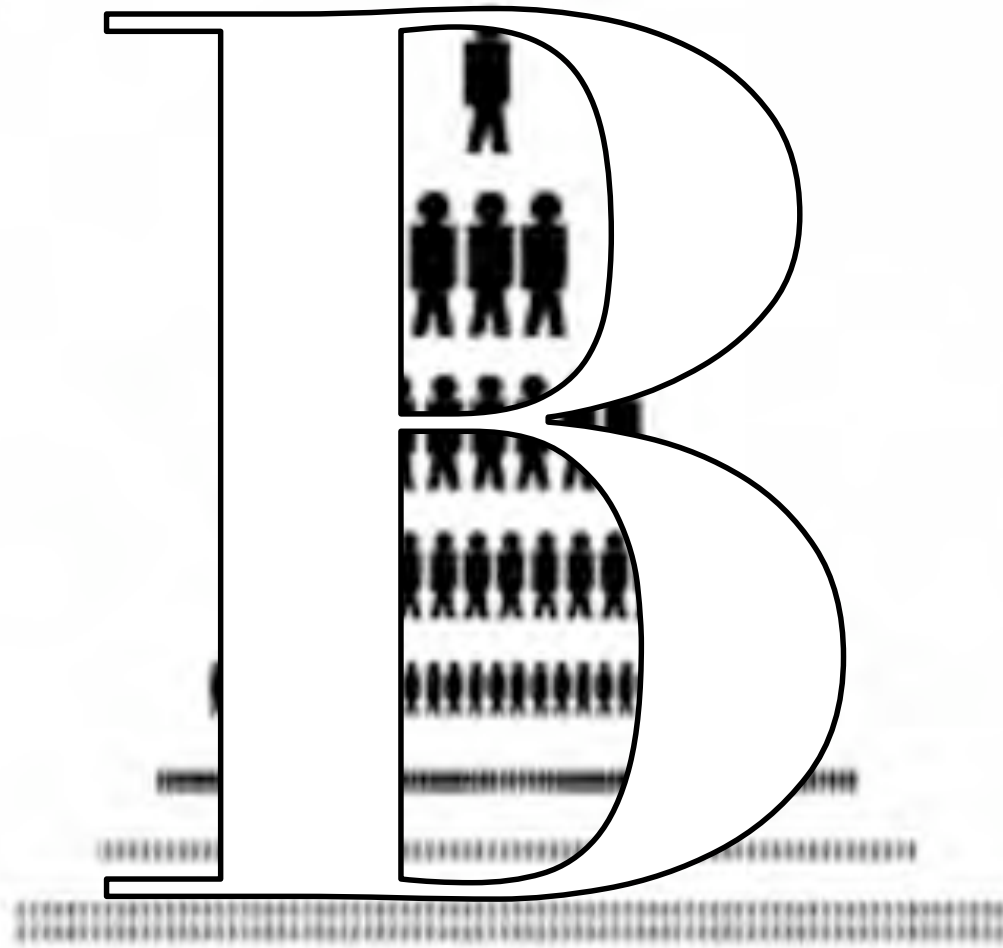
1. Estar atento a lo que **dice el público sobre la marca.**
2. Aumentar la **visibilidad de la empresa.**
3. Tomar el control cuando los clientes **utilizan las redes sociales para rebelarse** contra la compañía.
4. Trabrar **amistad con el cliente.**
5. Publicar información sobre la empresa **a gran velocidad.**
6. **Escuchar y responder** a los clientes.
7. **Mostrar profesionalidad** y transmitir al cliente esta cualidad.
8. **Sondear** al cliente.
9. Llegar a **más público con menos dinero.**
10. Comunicar la **cultura de la empresa.**



MANTENEMOS ACTUALIZADA LA PRESENCIA DE TU MARCA EN LAS REDES SOCIALES.

INCLUIMOS REDES SOCIALES PROPIAS DENTRO DE TU WEB PARA MEJORAR LA INTERACTIVIDAD.

CREAMOS CHATS Y FOROS PARA INCREMENTAR LA COMUNICACIÓN INTERNA.



BUZZ MARKETING

UN NUEVO BOCA - OREJA

¿Qué es?

Una técnica de marketing basada en la **extensión del rumor** y el **intercambio de información** entre personas.

*¿Cuántas veces un
amigo, vecino o
familiar le
recomendó un
producto?*

**Son
mucho
más
creíbles.**

¿Ejemplos?

1. Páginas web no oficiales sobre el producto.
2. Grupos de chat que hablan positivamente sobre el producto, marca o empresa.
3. Comunidades de consumidores en Internet.
4. Campañas SMS.



GESTIONAMOS LA INSERCIÓN DE PIEZAS EN
SOPORTES BUZZ (FOROS, BLOGS, ...)

**BÚSQUEDA Y OPTIMIZACIÓN DE COMUNIDADES DE
CONSUMO A TRAVÉS DE INTERNET.**

BUSCAMOS Y GESTIONAMOS "EVANGELISTAS" DE LA
MARCA EN SOPORTES ADECUADOS.

MARKETING MOBILE

UN NUEVO TELÉFONO



¿Qué es?

Diseño, implantación y ejecución de acciones de marketing realizadas a través de **dispositivos móviles**.

- Móviles Android
- Móviles convencionales
- GPS portátil
- PDA
- Iphone / Ipad
- Consolas portátiles

¿Qué se puede hacer?

1. Envío de **SMS o MMS** a través de dispositivos móviles dirigidos a **bases de datos previamente tratadas y sistematizadas**.
2. Campañas de **emisión de llamadas telefónicas a dispositivos móviles**, con el objetivo de **informar sobre promociones, productos o servicios**.
3. Utilización de los dispositivos móviles **como medio publicitario mediante la inserción de anuncios o patrocinios en contenidos** que se distribuyen a través de este canal.
4. **Desarrollo de aplicaciones para smartphones**, denominadas **webapps**, y relacionadas con una marca o producto.

En resumen: Tres modalidades

a) Mensajería (SMS y MMS)

b) Internet móvil, Voz y Música (modalidades en el RBT- Ring Back Tone)

c) Aplicaciones (WebApps). Especialmente en Iphones, Ipad y Android (smartphones).

Apps: la evolución de los lenguajes

La creciente cantidad de dispositivos smartphones ha hecho que las aplicaciones publicitarias se multipliquen.

Son una manera totalmente nueva de encajar una marca en el contexto diario del usuario.

Tienen una gran capacidad de recuerdo y resultan muy novedosas.

Su eficacia es totalmente medible en base a las descargas desde las centrales (appstore para Iphone/Ipad, Android Market en Android)

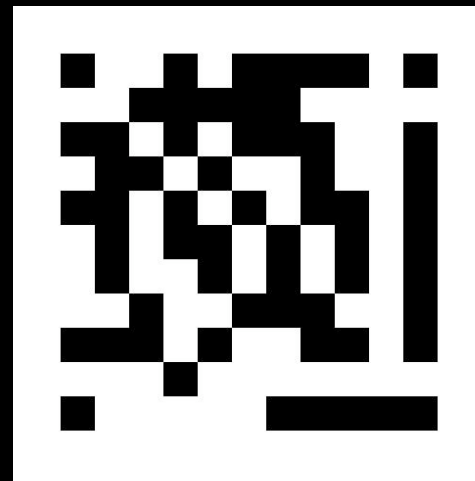
Códigos BIDI y QR

Los códigos BIDI y QR son una evolución de los tradicionales códigos de barras.

Código QR



Código BIDI



Tanto los códigos QR como los BIDI están actualmente orientados a la lectura a través de smartphones.

A través de una aplicación concreta y la cámara del dispositivo, estos pueden ser descodificados para ofrecer al usuario información extra:

-Imagen

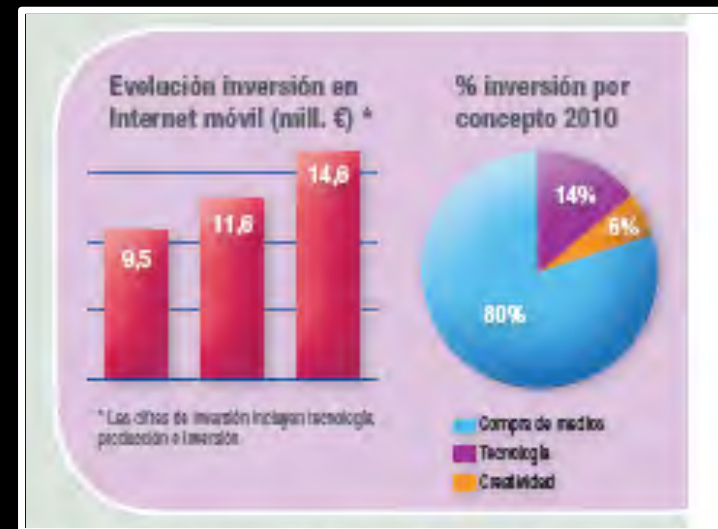
-Vídeo

-Enlaces a páginas webs

Algunos datos del marketing mobile

Fuente: Infoadex 2010

- Crecimiento del 16% con respecto al año anterior.
- Inversión de 37 millones de euros durante todo el 2010.
- El principal campo sigue siendo Internet móvil, aunque gana peso el advergaming y las aplicaciones.





GESTIONAMOS CAMPAÑAS DE ENVÍO DE SMS/MMS A BASES DE DATOS.

DESARROLLO DE APLICACIONES PARA IPHONE/IPAD/ ANDROID ADECUADAS A LA MARCA Y EL CLIENTE.

CREAMOS VERSIONES DE TU WEB ADAPTADAS A LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA HACERLAS MÁS ACCESIBLES.

GENERAMOS CÓDIGOS BIDI Y QR PARA FOMENTAR LA INTERACTIVIDAD DE TU MARCA.



sserri, tu mano derecha.

sserri.com

T. (+34) 933 477 922 | F. (+34) 934 362 951 | Niça, 3. 08024 BCN