

## **Súmate Marketing Online: Cinco medios digitales para diferenciarse de la competencia**

**La innovación y la creatividad son claves para la diferenciación y el aporte de valor de las marcas. La realidad virtual, la aumentada o los escaparates digitales son algunas de las herramientas que mayores posibilidades ofrecen.**

La diferenciación y la creatividad son claves para competir en la sociedad actual y para ello es necesario utilizar herramientas que ofrezcan innovar frente a la competencia. Súmate Marketing Online, agencia internacional de marketing online, analiza cinco nuevos medios que pueden ayudar al usuario a conectar con la marca.

La Realidad Virtual: ya está consolidada como una herramienta de marketing que permite a las marcas acercar al usuario a las experiencias que ofrecen. Existen centros de recreación virtual que alquilan sus instalaciones y tecnología por días para que empresas de diferentes sectores puedan probar sus productos virtualmente y ver cómo funcionan antes de ser realmente fabricados, permitiéndoles ahorrar tiempo y dinero.

La realidad virtual también ofrece grandes posibilidades en el campo de la educación. Con ella, los alumnos pueden contar con clases más interactivas e introducirse de forma más eficiente en la historia así como aprender a su propio ritmo y en cualquier lugar.

Empresas del entorno hotelero ofrecen experiencias de viajes hacia lugares insólitos en los que el usuario es el dueño del lugar que explora sin necesidad de moverse de la habitación del hotel.

La Realidad Aumentada: ésta consigue aunar la realidad con objetos y figuras en 3D que pueden ser modificadas por el usuario. Una de sus principales ventajas es que puede utilizarse en cualquier dispositivo móvil sin necesidad de gasto adicional. Esta herramienta es de especial utilidad en los sectores de la arquitectura o el diseño de interiores. Gracias a ella, el usuario puede ver de forma muy realista cómo quedaría una estancia o un proyecto.

Montse Muñoz, responsable de Marketing y Comunicación en Súmate Marketing Online, señala: “Con un buen desarrollo, esta herramienta puede llegar a revolucionar, por ejemplo, el mundo de la moda ya que podríamos probarnos la ropa o complementos sin necesidad de pasar por el probador, ahorraríamos tiempo y evitaría las incomodidades que provoca para algunas personas.”

Retransmisiones en streaming y vídeos interactivos: son muchas las plataformas que ya se han sumado al formato de vídeos en streaming y contenido efímero, ya sea tanto a nivel usuario como a nivel empresa. Existen dos tendencias cada vez más extendidas de este tipo de formatos:

Webinars y vídeos interactivos: usados por las empresas como herramienta para resolver de forma instantánea cualquier tipo de duda que les pueda surgir a sus clientes.

Retransmisiones en streaming utilizados tanto por marcas como por influencers con el objetivo de promocionar viajes, eventos o productos y mostrar sus experiencias en el momento en el que están sucediendo. Ésta es una forma de hacer partícipe a los seguidores logrando que se sientan parte de la marca y así fidelizarles.

Advergaming: cada vez más empresas recurren a los videojuegos para publicitar una marca, producto, servicio o idea con el fin de llegar al consumidor final o fidelizarlo de una forma más innovadora. Se trata de una vía para generar leads alternativa a la publicidad tradicional. “Aquí es interesante mezclar varias herramientas para generar un juego más atractivo, interactivo e innovador, como es el caso de nuestras tarjetas de visita (ver video), con las que puedes descargarte una aplicación que mezcla un juego con realidad aumentada. Puedes situar la tarjeta en el lugar que desees y al enfocar ésta con la aplicación de tu dispositivo móvil, aparecerá una canasta con la que jugar al baloncesto” comenta Muñoz.

Digital Signage y escaparates interactivos: Los mupis tradicionales han evolucionado hasta convertirse en lo que ahora se conoce como Digital Signage, cuya finalidad es la emisión de contenidos multimedia a través de soportes digitales de una forma interactiva. Esto permite al consumidor navegar libremente por el contenido ofrecido. Se pueden diferenciar dos tipos de Digital Signage según su localización:

En el escaparate o interior de la tienda física, donde realiza funciones de comunicación relacionadas con la marca e incentiva la compra inmediata.

Cualquier punto externo a la localización de la marca, como centros comerciales, hoteles, marquesinas o cualquier otro lugar, logrando potenciar la imagen de marca y conducir a los usuarios a los puntos de venta, tanto online como offline.

“El potencial de los escaparates interactivos es enorme. En un futuro podrán, mediante el reconocimiento facial, ser utilizados para ofrecer al usuario contenidos afines a su perfil, consiguiendo una segmentación eficiente de los productos o servicios mostrados y, a través del análisis de las expresiones faciales reconocer el sentimiento o grado de satisfacción del usuario frente al contenido” asegura Muñoz.

## Sobre Súmate

Súmate es una agencia de marketing online multinacional fundada en 2011 en Salamanca por Roald Schoenmakers y Daniel Borrego. Entre sus servicios ofrece SEO, SEM, publicidad en redes sociales o marketing de contenidos, adaptándose siempre a los mercados europeos e internacionales. Para ello, Súmate cuenta con una plantilla de más de cincuenta trabajadores que prestan sus servicios en más de veinte idiomas. Súmate, además, es una empresa certificada como PYME innovadora por el Ministerio de Economía y Competitividad y galardonada con varios premios y distinciones.

**Datos de contacto:**

Actitud de Comunicación / Aurora Ochoa  
913022860

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>