

El teléfono móvil supera ya en rentabilidad a las campañas de marketing tradicional en vacaciones

- **Tres de cada cuatro empresas están aumentando sus presupuestos para campañas móviles**
- **El 52% de las compañías obtiene mayores ingresos usando marketing móvil, según un estudio de la consultora Luth Research y SoundBite Communications**
- **El retorno medio de la inversión es del 32%, muy por encima de las tasas habituales del marketing**

Madrid, 26 de julio de 2013.- El comercio empieza a descubrir las ventajas de los nuevos teléfonos inteligentes para impulsar sus ventas. El 52% de las empresas que en Estados Unidos usan la telefonía móvil para comunicarse con sus clientes y buscar nuevos compradores asegura que los ingresos procedentes de esta herramienta son muy superiores a los que obtienen por medios tradicionales.

Esta es una de las principales conclusiones del estudio desarrollado por la consultora Luth Research, miembro de la Asociación de Marketing Móvil estadounidense (MMA), y SoundBite Communications, multinacional estadounidense de soluciones para la gestión de la experiencia de los clientes, representada en España por Grupo Astel. El informe apunta además que las empresas que utilizan el marketing móvil obtienen un retorno promedio sobre la inversión del 32%, muy por encima de las tasas habituales del marketing tradicional.

Las comunicaciones multicanal son especialmente interesantes durante las vacaciones de verano, ya que permiten a los clientes interactuar con sus marcas favoritas desde cualquier lugar. Para José Guillermo Nieto, director de Grupo Astel Madrid, “este informe revela lo que sucederá en Europa a medio plazo, por lo que los comercios que quieran llevarse una parte del pastel necesitan coordinar y ejecutar estrategias de mobile marketing. El director de Grupo Astel Madrid apunta que “el verano es una de las épocas en que más smartphones se compran y también cuando más tiempo dedicamos al ocio. Por eso es el mejor momento para implementar una estrategia móvil integral, incluyendo programas de fidelización, cupones, códigos QR y sitios web específicos para móviles”.

El informe de SoundBite Communications asegura que casi tres cuartas partes de las empresas encuestadas declaran que están aumentando sus presupuestos para marketing móvil o trasladando recursos de otros programas a marketing móvil, con un crecimiento medio del 20%. Los mensajes de texto, las ofertas personalizadas y los códigos QR (Quick Response, código de respuesta rápida para escanear y enviar con rapidez) son las opciones más utilizadas por las tiendas para darse a conocer entre el público en general y fidelizar a sus clientes. Estas tendencias son un avance de lo que sucederá en el mercado europeo en menos de dos años.

Las empresas disponen de opciones múltiples y variadas. Por ejemplo, una iniciativa muy atractiva para atraer clientes en las rebajas es colocar cartelería en las proximidades de las tiendas ofreciendo

un 50% de descuento a quienes envíen un código por SMS y lo muestren al pagar. “Este tipo de acciones multiplica las visitas al establecimiento y las compras”, comenta José Guillermo Nieto. “Teniendo en cuenta que en Estados Unidos –principal mercado mundial –el 74% de los usuarios compran después de haber consultado detalles en su smartphone sobre la tienda o el producto, es evidente que los teléfonos inteligentes jugarán un papel cada vez más importante en la decisión de compra de los usuarios. Las empresas que sepan aprovechar las ventajas del marketing móvil para convertir consumidores en clientes, fortalecer las relaciones con ellos, retenerlos y recompensar su fidelidad se situarán varios escalones por delante de cualquier competidor”.

Valor en alza

El teléfono inteligente se han convertido en una herramienta fundamental para el marketing, ya que permite una interacción rápida y eficaz, es cercano, personal y versátil. Además, permite tanto la interacción bilateral con el cliente como la comunicación multicanal, al integrar voz, SMS e Internet y redes sociales. El informe de SoundBite Communications apunta que el valor del smartphone en la fidelización de clientes crecerá a medida que se extiendan los sistemas de pago por móvil.

Las comunicaciones móviles mejoran la experiencia del cliente antes y durante la compra. El estudio arroja datos interesantes sobre la respuesta de los consumidores en el mercado norteamericano a la estrategia móvil de las empresas y analiza cómo este tipo de iniciativas está contribuyendo a mejorar sus ventas. Algunos datos relevantes:

Un tercio de las compras on-line en vacaciones se realiza desde dispositivos móviles.

La publicidad móvil logra una tasa de respuesta del 43% en los consumidores que utilizan un smartphone.

Seis de cada 10 usuarios de móviles han utilizado este dispositivo para informar a amigos de precios y ofertas desde la propia tienda.

Un 90% usa el móvil para buscar el establecimiento, direcciones y horarios y ocho de cada 10 lo utilizan en la tienda para obtener información sobre sus compras.

El 70% de las búsquedas de información en webs habilitadas para móviles desembocan en una acción comercial en un plazo de una hora.

Los cupones móviles logran tasas de conversión 10 veces superiores a las de los descuentos tradicionales.

74 millones de personas en los EE.UU. han aceptado recibir mensajes de texto de los comercios.

Acerca de SoundBite Communications y Grupo Astel

SoundBite Communications es una empresa de gestión de la experiencia de los clientes, con un alto conocimiento en el suministro de soluciones ‘cloud’ para marketing móvil, atención proactiva al cliente, pagos y gestión de cobros. Cuenta con más de 450 clientes a nivel mundial, entre los que se incluyen cerca de 50 empresas de la lista Fortune 500.

Su socio estratégico en España es Grupo Astel, integrado por una red de centros de contacto con más de doce años de experiencia en la gestión de las relaciones de las empresas con sus clientes. Grupo Astel combina unos potentes servicios centrales con la atención personalizada, calidad y flexibilidad propias de una red de oficinas locales y cercanas al cliente. Más información en <http://www.astelsoundbite.es>

Información de prensa

Maribel Rodrigo

SIGLO 21 COMUNICACIÓN

Tel.: 91 804 60 45 / 696 81 36 00

mrodrigo@siglo21comunicacion.com

Contacto en Grupo Astel

José Guillermo Nieto

Director de Astel Madrid

(+34) 91 572 0263

jgnieto@astelsoundbite.es

www.astelsoundbite.es

Datos de contacto:

Maribel Rodrigo

Nota de prensa publicada en: [28760](#)

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>