

WiFi gratis, la clave para el consumidor y una oportunidad perdida para muchas empresas

El WiFi gratis se ha convertido en uno de los principales atractivos comerciales para todos los consumidores durante el tiempo libre, pero en el caso de las empresas puede suponer un gran inconveniente

¿Cuál es la clave del WiFi? Esta pregunta es la primera que puede hacer un cliente al entrar a un negocio, por delante de mostrar interés por algún producto o servicio. No es raro que se pida la clave de WiFi antes que la carta en una cafetería o restaurante. Y es que el WiFi gratis se ha convertido en uno de los factores clave para el consumidor en la gran mayoría de sus compras. Pero también una oportunidad perdida para fidelizarlo por muchas empresas.

Para el sector HORECA (acrónimo de HOteles, REstaurantes y CAtering), el WiFi se convierte en un elemento básico que sirve para amenizar las esperas. Da igual que sea un bar o la sala de espera de un dentista, hoy en día la conexión WiFi se ha convertido en una de las razones básicas por las que elegir una empresa u otra.

A pesar de que también puede dar lugar a que los clientes comparen precios con lo que podrían obtener a través de Internet, un fenómeno conocido como showrooming que lleva algunos negocios a cobrar por probarse ropa que sospechan que luego el cliente acabará adquiriendo por Internet de forma más económica. No tener WiFi gratis no es una garantía de que esta comparación no la realice el cliente a través de su tarifa de datos. Lo cierto es que la mayoría de las empresas no utilizan esta conexión WiFi para promocionar las ofertas vigentes en su negocio. Se trata de utilizar un portal cautivo, por ejemplo, donde lo primero que va a ver el cliente son las ofertas que nosotros deseamos mostrar antes de acceder a otros contenidos.

Esto de forma sencilla, ya que el objetivo tiene que ser no sólo aumentar ventas, sino lograr fidelizar a un cliente con la ayuda del WiFi para que vuelva al negocio próximamente. En muchas ocasiones el WiFi que se facilita al cliente se hace de cualquier manera e incluso puede poner en riesgo la seguridad del negocio, al no segmentar la red de gestión y la de cliente.

Al final el WiFi no deja de ser un reflejo en muchos casos del uso del marketing de los negocios. En muchos casos no se realizan ninguna acción o las mínimas, más allá de una pizarra escrita con la oferta del día. En otros se trabaja de forma habitual, también en redes sociales, y el WiFi se puede convertir en una gran herramienta para fidelizar a los clientes y llegar a ellos con nuestras ofertas justo cuando están en el local y más posibilidades tenemos de que decidan utilizarlas.

La noticia WiFi gratis, la clave para el consumidor y una oportunidad perdida para muchas empresas fue publicada originalmente en Pymes y Autonomos

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Sociedad](#) [Software](#) [Recursos humanos](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>