

# //INTERACCIÓN &// MULTIPLATAFORMA



IGNIS  
MEDIA AGENCY

## IGNISVIEW

## Nº 99

## 2015

# Interacción: consumidor interactivo



En esta oportunidad Ignis realiza una investigación sobre la creciente tendencia en el uso de móviles. En la actualidad, los avances tecnológicos generan cambios en las costumbres y permiten que las posibilidades comunicativas sean superiores y superadoras. La combinación de tecnologías con un modo de pensar innovador permite que las marcas se valgan de nuevas maneras de conectar e interactuar con sus clientes. Las posibilidades de interconexión, simultaneidad y búsqueda de llenar los espacios vacíos y aprovechamiento del tiempo es una tendencia que ya se encuentra instalada en las costumbres de los consumidores.

## Interacción: consumidor interactivo



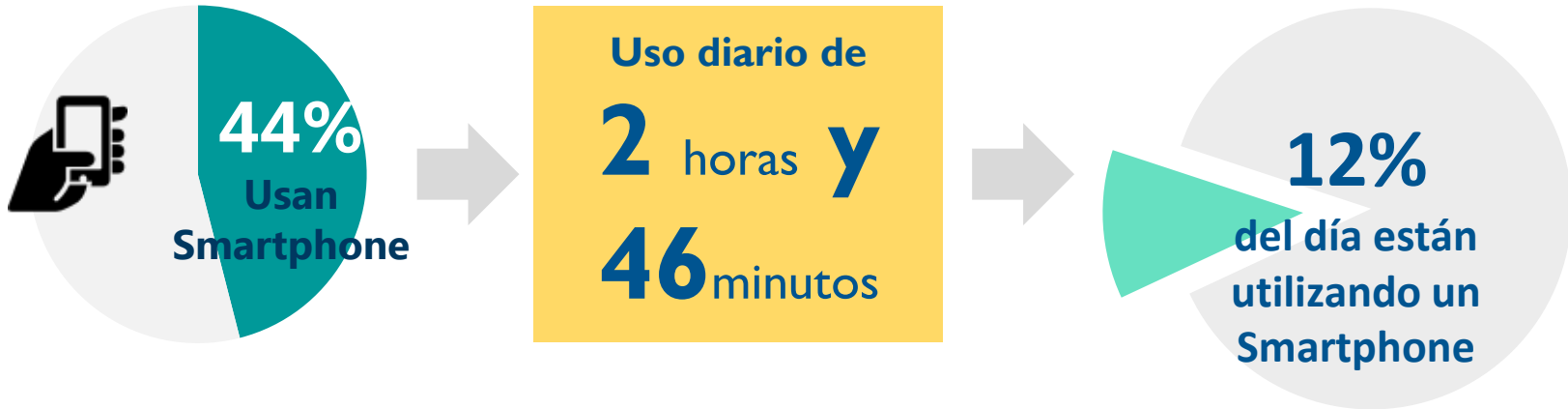
El uso de smartphones y otros dispositivos móviles es tan extendido y su uso es constante, lo que invita a pensar nuevas estrategias de interacción utilizando diversos medios de comunicación y conectando con distintos tipos de usuarios.

El lugar que tienen estos dispositivos nos permite llegar a los consumidores en tiempo real y además medir el impacto y efectividad de las acciones de forma inmediata, a la vez que nos permite desarrollar una comunicación que crezca orgánicamente.

# ▶ los smartphones



La mitad de los consumidores poseen un smartphone con un uso diario de 2 horas y 46 minutos, que representa el 12% de un día de 24 hs



# Diferentes usos del Smartphone



La búsqueda de información es lo más realizado por los consumidores en los smartphones, después de la interacción con otros a través de las redes sociales



66%

Redes Sociales



65%

Buscar Información



65%

Compras Online



63%

Navegar por Internet



59%

Chequear Finanzas



56%

Mirar Videos



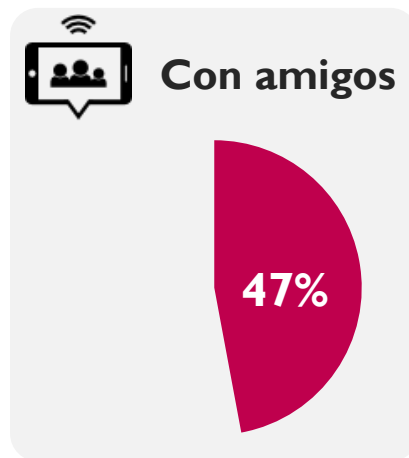
47%

Planear Viajes



# ▶ Lugares donde utiliza su smartphone

Los momentos de tránsito y en el hogar son las ocasiones donde el smartphone se encuentra mas presente. En las situaciones con amigos y en el trabajo, la proporción de uso baja aunque continúa siendo elevada



# ▶ Interacciones con Dispositivos



Las pantallas forman una parte esencial de nuestras vidas.

Ya sea para conectar con medios o para pasar el tiempo libre, las pantallas ocupan mucho mas tiempo del que somos conscientes

**90%**

de las interacciones  
con medios  
son a través de

**pantallas**



Dedicamos **4,4 horas** de  
nuestro **tiempo libre**  
frente a algún tipo de pantalla



El uso de los  
dispositivos se da de  
forma secuencial,  
saltando de canal en  
canal



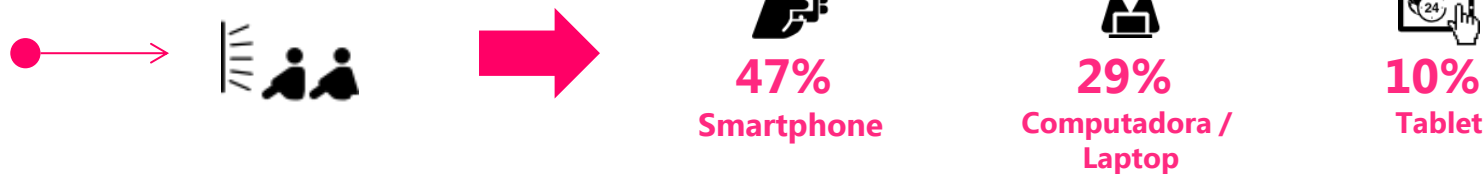
# Como se da la interacción entre dispositivos



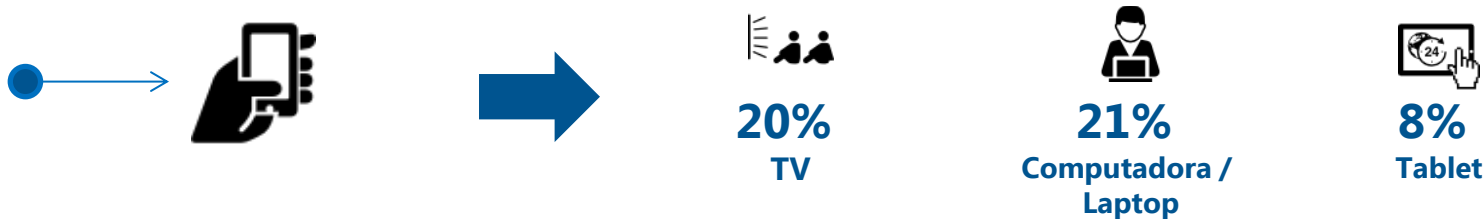
Existe una sinergia entre el TV y los Smartphones mas fuerte que entre los demás dispositivos.  
De todas maneras, el ecosistema digital funciona entre todos los dispositivos electrónicos



## Partiendo desde la TV



## Partiendo desde Smartphones

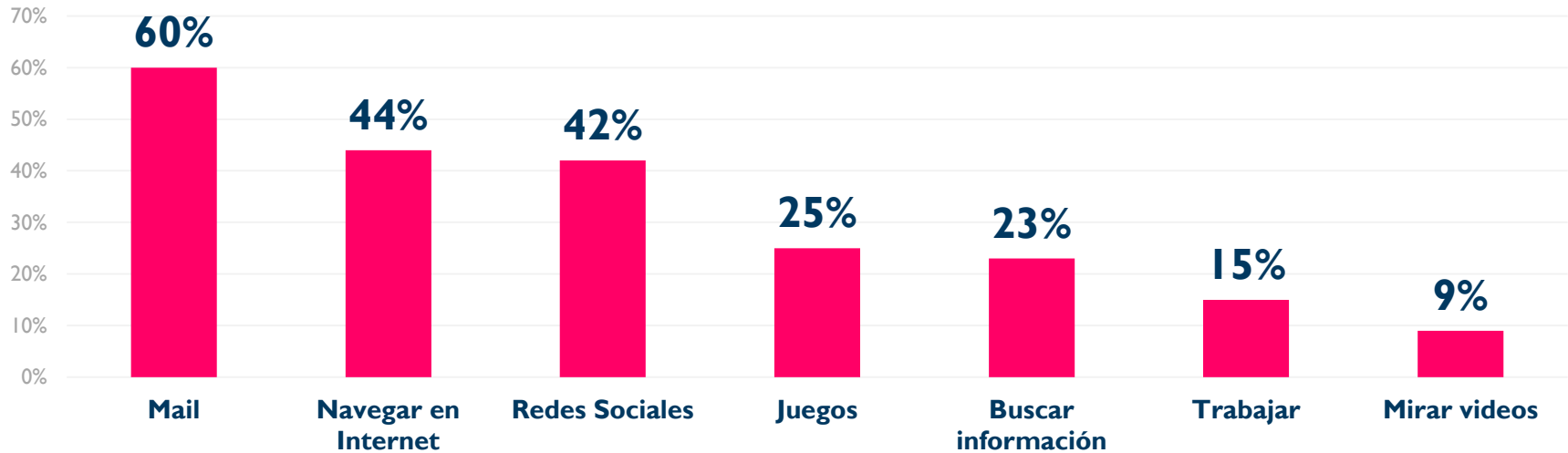




# ▶ Tareas realizadas durante el uso simultáneo



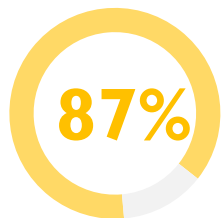
La interacción con otras personas es lo más realizado durante el uso simultáneo, realizado a través de mails y el uso de redes sociales



# ▶ El lugar del Mobile en la vida de los consumidores

Los teléfonos celulares ocupan un lugar central, lo acompañan a todas partes y se establece una relación que podría ser similar a una relación con una persona cercana.

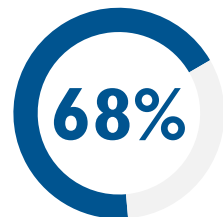
La preferencia de sitios responsive muestra la necesidad imperante de traducir todo a lenguaje mobile



Duerme con el mobile a su lado



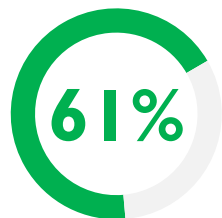
buscan información cuando están en tiendas



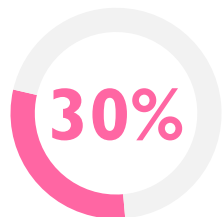
chequea el mobile cada 15 minutos



buscan información sobre algo que vieron en TV

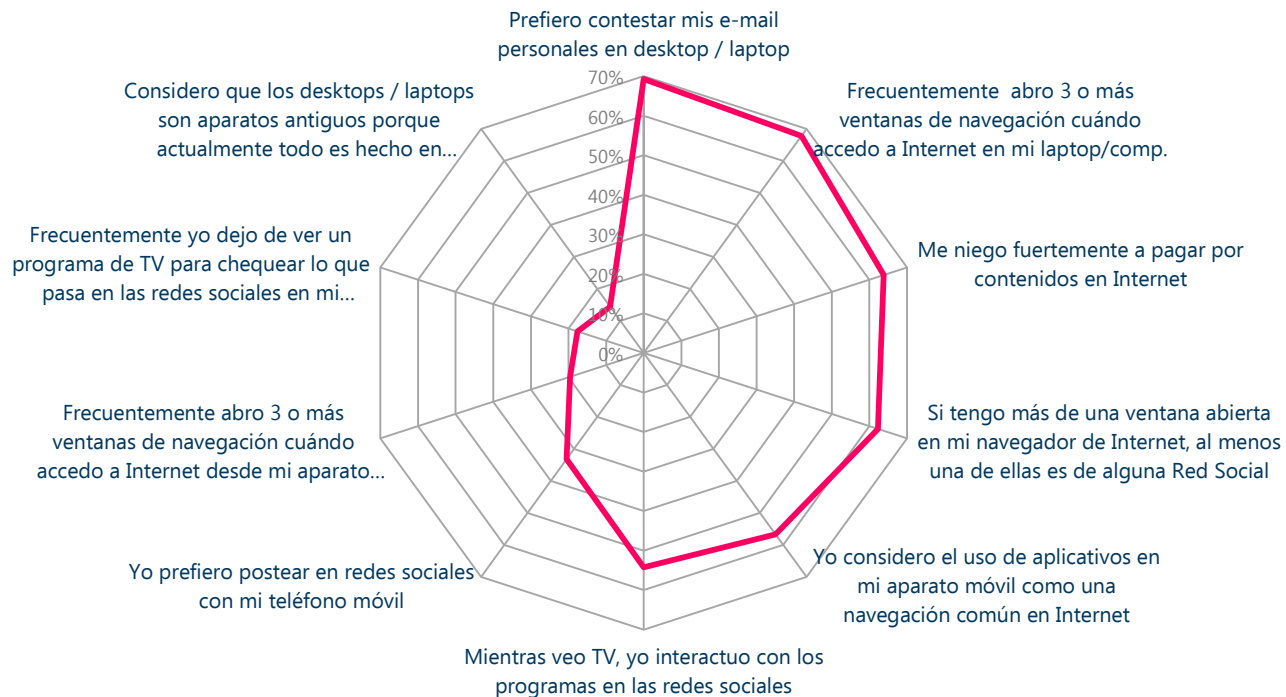


prefieren marcas cuyos sitios sean responsive



Siente ansiedad si no tiene su celular cerca

# Opinión de los usuarios de Internet



**Aún se observa cierta resistencia al uso exclusivo de móviles. El uso simultáneo de acceso a diversas webs o de diversos dispositivos se da principalmente con laptops/desktop.**

# ▶ Big Data: exploración que la aporta el uso de mobile

El uso de datos masivos de información es una herramienta novedosa en el mundo del marketing. La información que se recolecta, contiene muchas variables diversas que permiten conocer en profundidad a los consumidores y sus preferencias. Una fuente de información la aporta el uso de mobile

El uso de Big data nos permite:

**Volumen**  
Obtener grandes volúmenes de información



**Variedad**  
Sobre características, actividades y preferencias de los consumidores



**Velocidad**  
En tiempo real y actualizable constantemente



Esta herramienta permite además establecer correlaciones entre las variables, pudiendo conectar a las marcas y los datos de ventas y así desarrollar estrategias de marketing muy enfocadas en la realidad del mercado

# ▶ La publicidad apta para Mobile nos permite:

## + EFECTIVIDAD

Estar muy cerca del cliente

Llegar en tiempo real

Medir la efectividad de la actividad velozmente

Generar interacción en distintos medios (ej. TV)

## + CONOCIMIENTO

Generar bases de datos completas

Generar tráfico hacia demás plataformas

Conocer el perfil de nuestros clientes

Conocer otros intereses y productos buscados

## + INTERACCIÓN

Interactuar con el cliente en el comercio

Conocer la dinámica de los clientes en el canal online

Desarrollar estrategias y alojarlas en el lugar indicado

Permitir que el cliente interactúe con otros

# ▶ Algunas claves para la estrategia de comunicación

Algunas claves a tener en cuenta a la hora de desarrollar la estrategia de comunicación:



**Nutrirse de la  
receptividad del  
consumidor**



**Debe ser memorable**



**Debe ser atractivo**



**Debe “llegar” al  
consumidor**



**Manejar la exposición  
responsablemente**



**Llegar al corazón del  
consumidor**

## Resumiendo

Los medios y dispositivos tradicionales aún siguen teniendo un rol central en la vida de los consumidores. Sin embargo los nuevos hábitos en los consumidores a raíz de los cambios tecnológicos habilitan nuevas posibilidades comunicativas que sean superiores y superadoras.

La combinación de tecnologías con un modo innovador permite que las marcas se valgan de nuevas maneras de conectar e interactuar con el consumidor.

Como se observa, el uso constante de los dispositivos celulares y la interacción multipantalla abre un horizonte a nuevas posibilidades. La publicidad actualmente debe pensar en un consumidor mas activo, ya que puede ser él mismo motor de comunicación al compartir contenidos en otros dispositivos que no son el punto de partida.

La publicidad interactiva se vale de diversos medios y dispositivos, lo que lleva a desarrollar actividades que contemplen la **disponibilidad e interconexión** a la cual nuestro consumidor target posea acceso.

# IGNIS VIEW n° 99 – 2015



Por consultas dirigirse a:

Área de Recursos Estratégicos

[ignis.view@ignis-arg.com](mailto:ignis.view@ignis-arg.com)

Newsletters anteriores en: <http://www.ignis-arg.com/category/ignis-view/>



Ignis Medios & Comunicación  
Av. Juan B. Justo 637 – 9 Piso, TE 4779-7900  
Buenos Aires- Argentina  
<http://www.ignis-arg.com>