

Realidad aumentada Geolocalización QR Codes

Marketing móvil



@toniubeda_com
Cofundador eDiamSistemas
Profesor ESIC
Desarrollo aplicaciones móviles
Realidad aumentada
Geolocalización
QR Codes
Marketing móvil



¿Que es lo que vamos a ver?

Nuevas tecnologías

Realidad
aumentada

Geolocalización

Códigos QR

Como utilizar estas tecnologías
aplicadas al marketing móvil

marketing móvil

La actividad dedicada al diseño, implantación y ejecución de acciones de marketing realizadas a través de dispositivos móviles.

Wikipédia

Algunos datos...



IV Estudio IAB Spain sobre Mobile Marketing:
Informe de Resultados
Septiembre de 2012

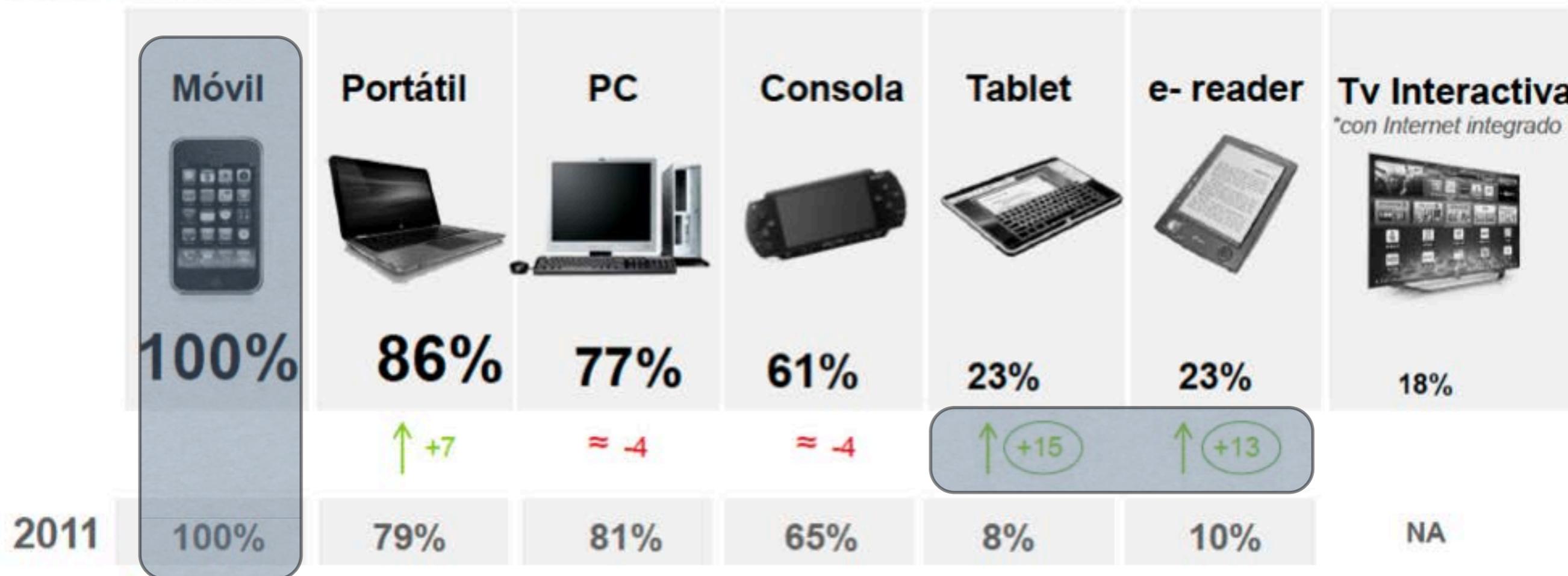
A blurry background image showing a person's hands holding a mobile phone. The person appears to be wearing a light-colored, possibly white, garment. The phone is a flip-style mobile phone, and the person's fingers are visible as they hold it. The overall image is out of focus, with a soft, hazy quality.

**¿Quien no tiene
móvil?...**

Equipamiento tecnológico

Dispone de...

2012 Base total: 1015



↑ Diferencias significativas respecto 2011

Enriquecimiento tecnológico con respecto al año pasado: se incrementa la presencia de todos los dispositivos analizados (a excepción del PC de sobremesa y consola cuya penetración se encuentra en niveles similares a los registrados en la anterior oleada).

Destaca especialmente el incremento de tablet y e-reader.

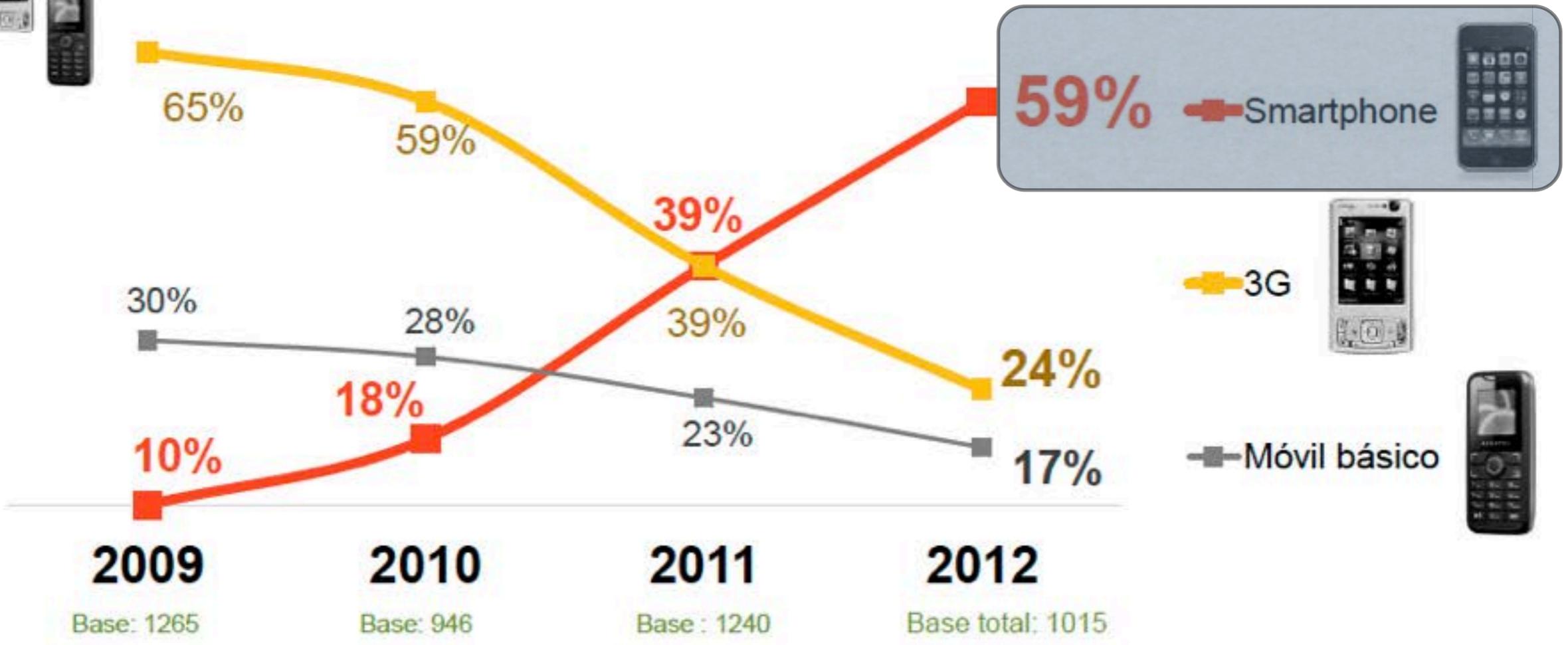
A row of mobile phones from different generations, from a large brick phone to a modern smartphone. The phones are arranged in a line, showing the evolution of mobile communication technology. The background is a light, textured surface.

**¿Última
generación?...**

Equipamiento móvil

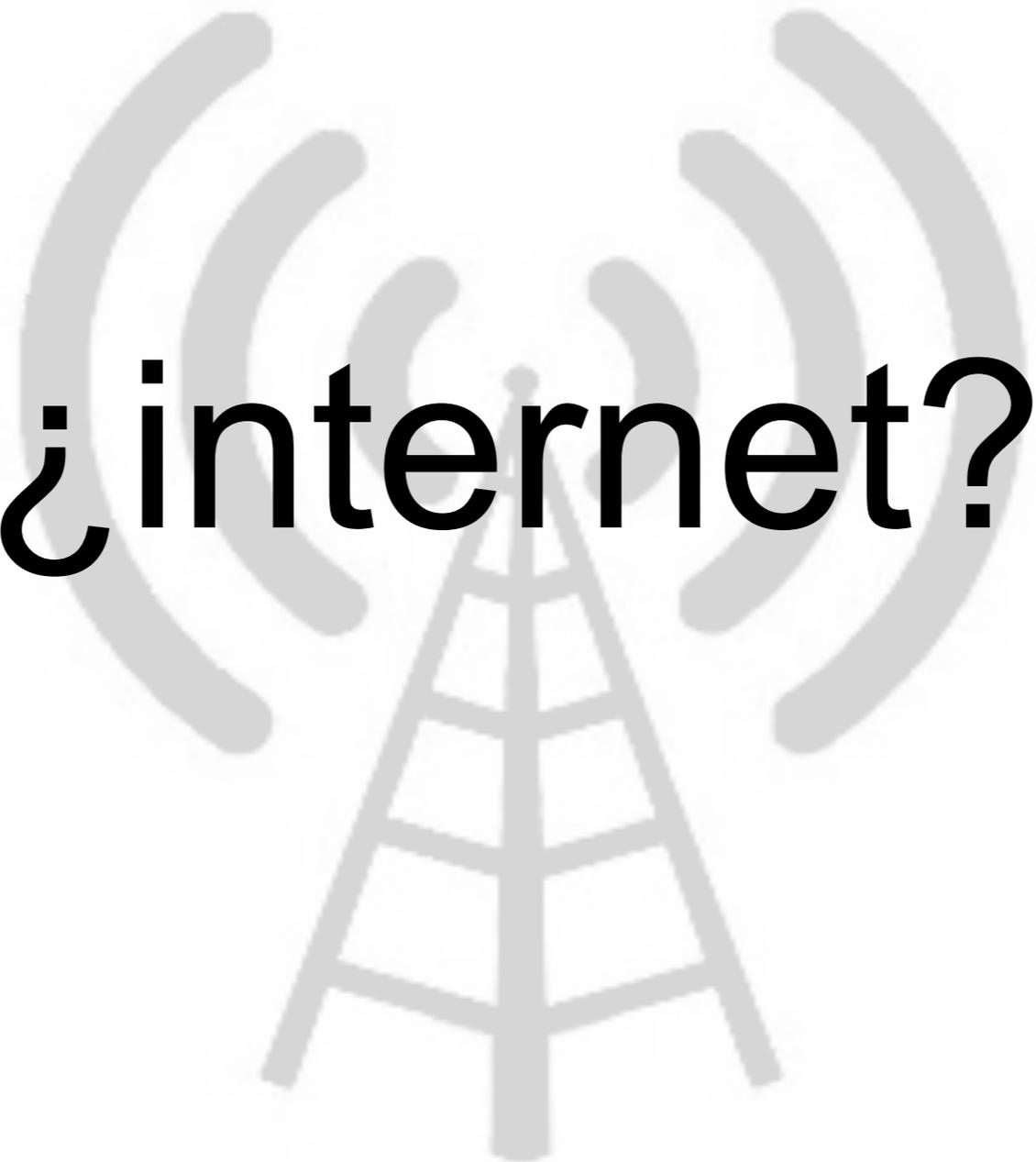
Tipo de terminal

Móvil



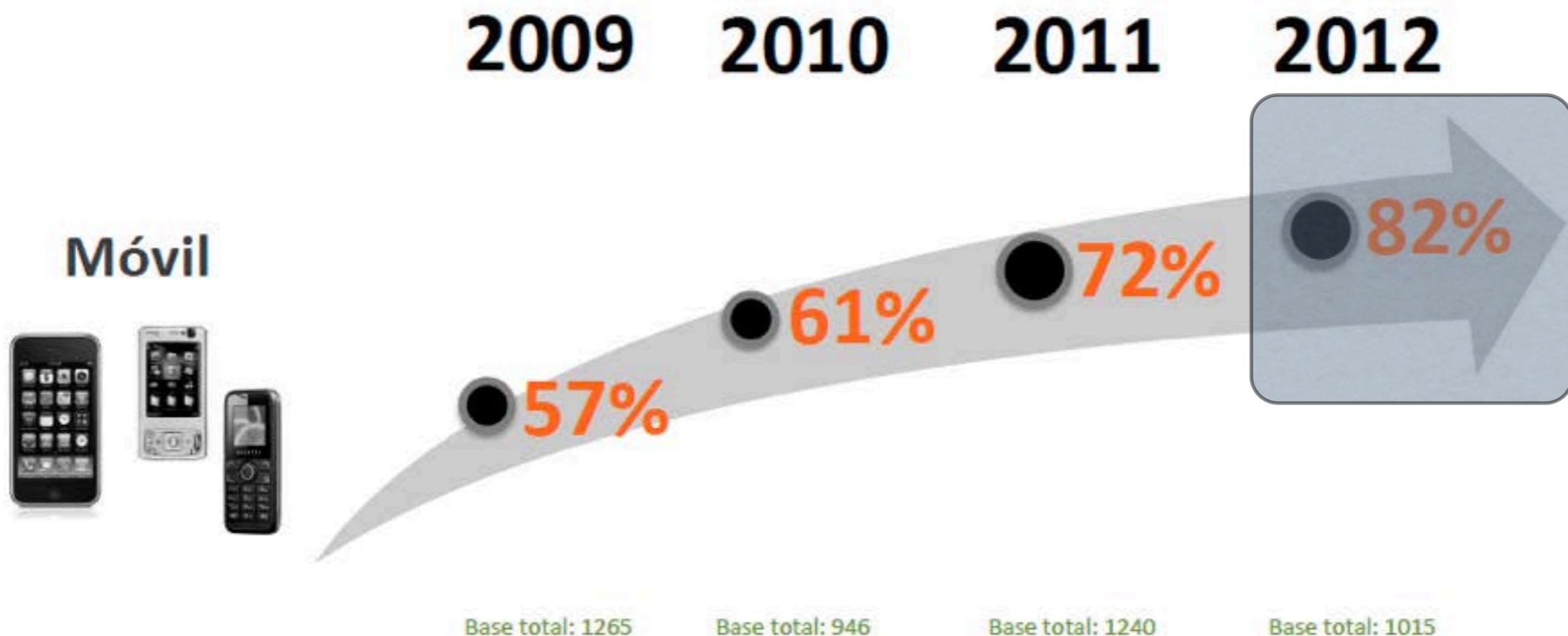
Incremento fortísimo de la presencia de smartphones: aumenta 20 puntos respecto a 2011

¿internet? ...



Acceso a Internet en movilidad

Evolución acceso a Internet desde terminales móvil – ha accedido en alguna ocasión



Crece el acceso a Internet desde móvil o smartphone: en 2012, 8 de cada 10 internautas acceden a Internet desde el móvil, independientemente de la tipología de dispositivo (98% en caso de smartphone)

marketing móvil

Claves para una campaña de éxito:

- Target adecuado
- Mensaje personalizado
- Contenido adaptado al dispositivo
- Seguimiento en tiempo real
- Integración con las redes sociales
- Sé creativo...

¿Tenemos objetivos claros?

marketing móvil

Objetivos:

- Presentar un producto/marca
- Incrementar nuestra base de datos
- Valorar un servicio
- Que compartan una experiencia
- Servicio de atención al cliente
- ¿?

Realidad aumentada



Realidad aumentada

La realidad aumentada (RA) es el término que se usa para definir una visión directa o indirecta de un entorno físico del mundo real, cuyos elementos se combinan con elementos virtuales para la creación de una realidad mixta en tiempo real..

Wikipédia



Conocimiento del servicio de "Realidad Aumentada"



Contexto de uso del servicio de realidad aumentada



Se incrementa el grado de conocimiento del servicio de Realidad Aumentada, con un uso todavía limitado.

Los momentos de uso registrados son heterogéneos y dispersos, con cierto peso de los contextos de viajes y búsqueda de lugares, bares restaurantes y locales, etc.

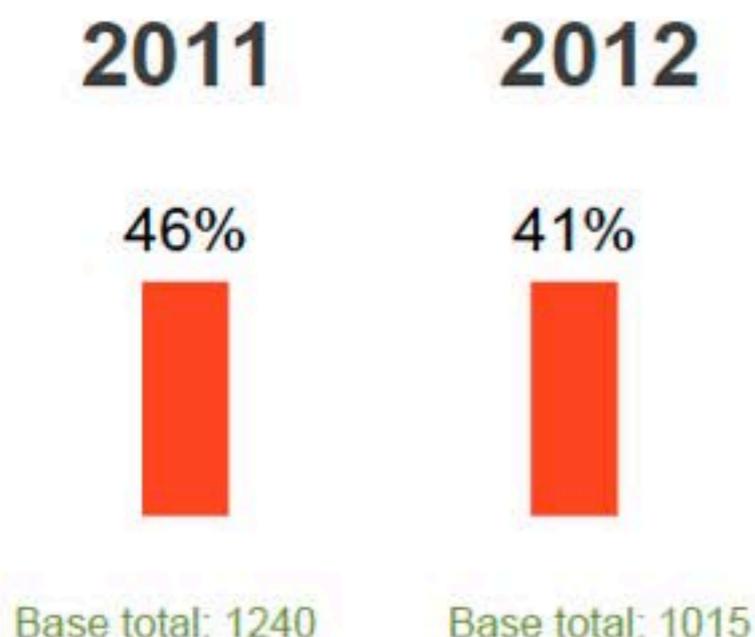
Base: Utilizó realidad aumentada 121

Realidad Aumentada



Pensando en marcas/productos o servicios de tu interés, **te gustaría relacionarte con ellos desde la Realidad Aumentada**

Ventajas



Información sobre el producto	41%
Comodidad, rapidez, acceso inmediato	23%
Elijo y decido qué info quiero recibir y cuándo	12%
Ofertas, descuentos, promociones	11%
Atractivo, innovador, curioso, divertido...	11%
Localizar productos, establecimientos que me puedan interesar	2%
Interacción con las marcas, personalización	7%
Ninguna	1%
Muchas	3%
No lo sé	9%

Base: dispuesto a relacionarse con marcas 430

4 de cada 10 internautas encuestados se muestra interesado en el empleo de la Realidad Aumentada para relacionarse con marcas (cifra algo inferior a la registrada en anteriores mediciones). Se destaca el acceso a información, la comodidad que supone para el usuario y la necesaria demanda previa del consumidor. Otro motivo de acceso, al margen de la relación con productos, es el atractivo *per se* de esta tecnología.



¿Que elementos intervienen?

¿Que elementos intervienen?

Elementos de
captura



Elemento donde
proyectar



Elemento que
procesa



Activadores



Aplicaciones
Librerías

...



Realidad aumentada

Aplicaciones móviles de realidad aumentada



junaio



AURASMA



Realidad aumentada



Aplicaciones móviles que utilizan la realidad aumentada



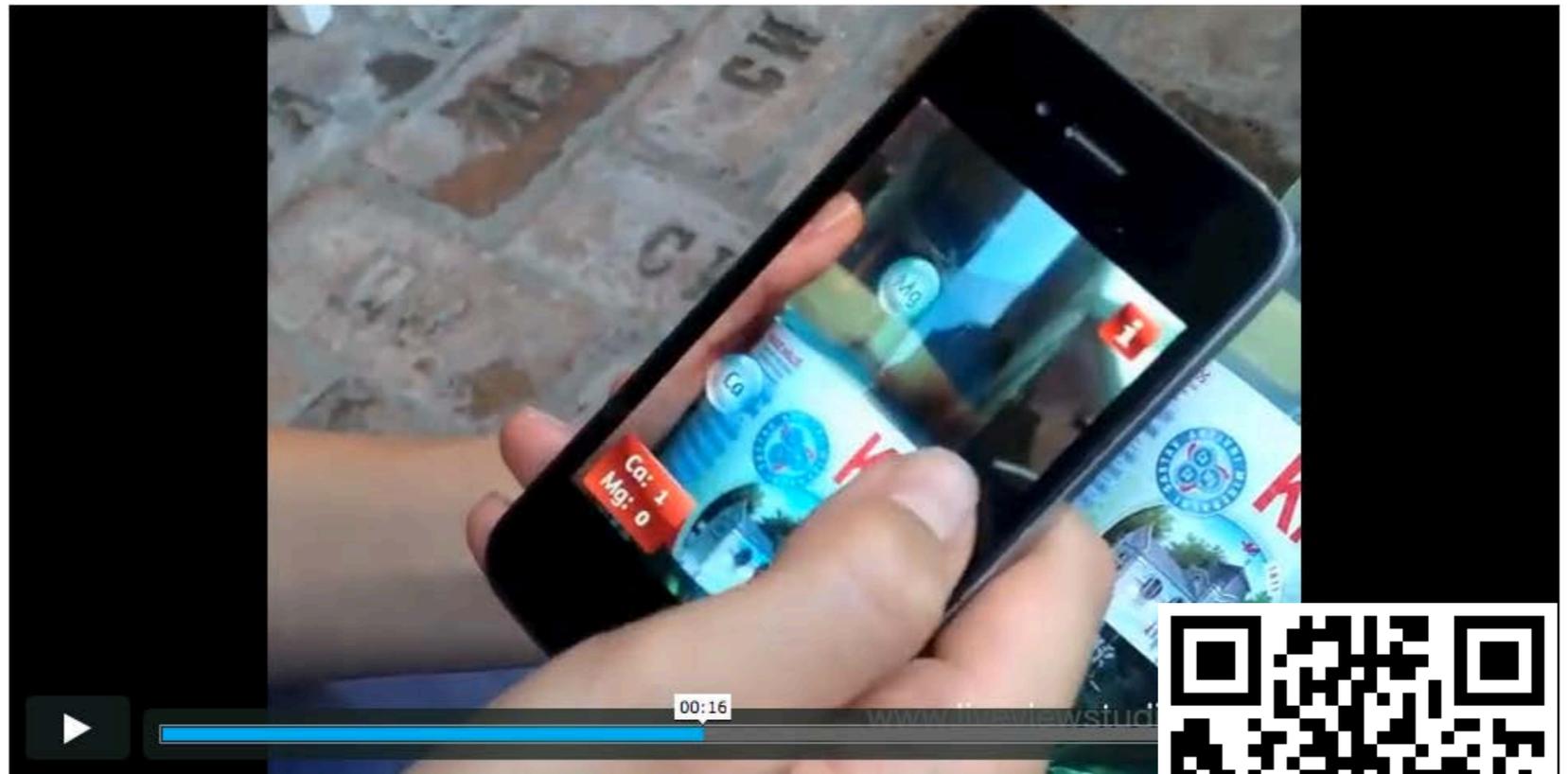
Realidad aumentada

Ejemplos de Realidad aumentada en aplicaciones móviles



Realidad aumentada

Desarrollo:
Aplicación móvil KNJAZ
Juego interactivo



Realidad aumentada

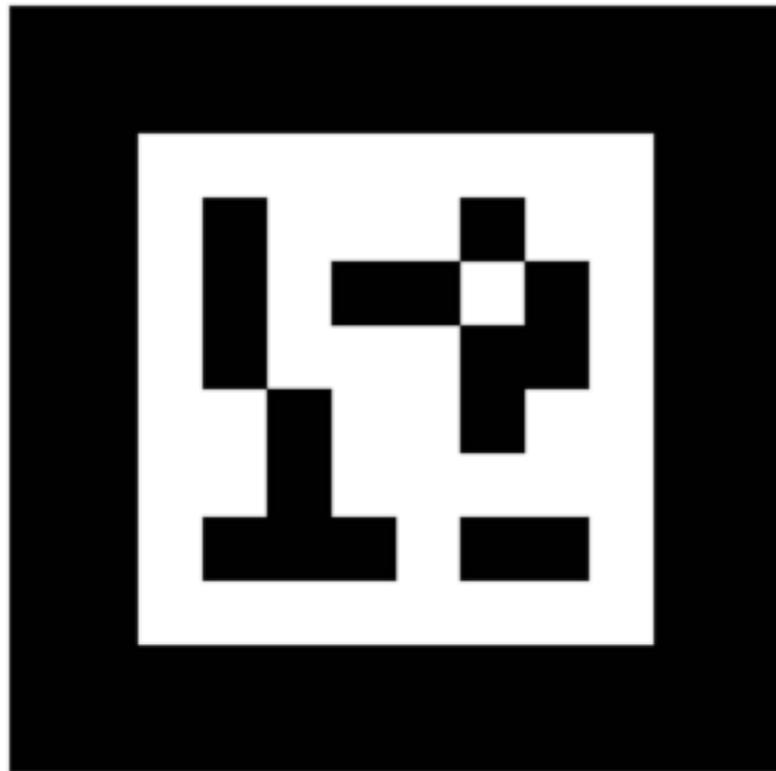
Desarrollo:

Aplicación junaio

Photocall “San Valentín”

C.C. BONAIRE

Bonaire
Shopping Resort



Realidad aumentada

Desarrollo:
Aplicación junaio
FLORIDA STATE



junaio



Realidad aumentada

Desarrollo:

Aplicación junaio

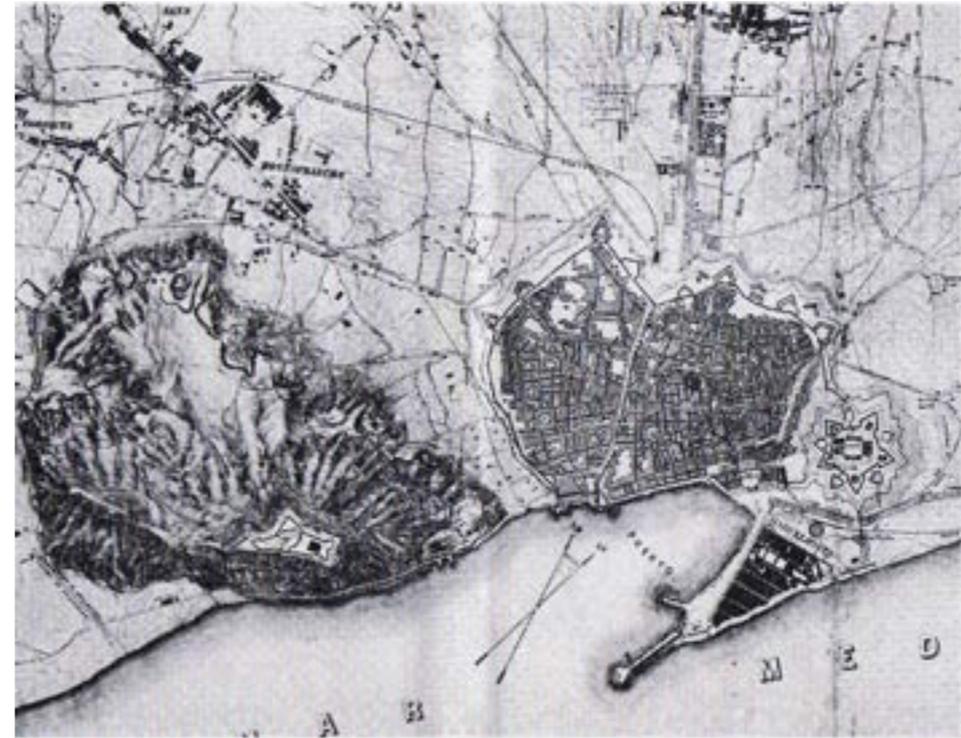
Photocall 080 Barcelona

Fashion ELITE



Realidad aumentada

Desarrollo:
Aplicación junaio
Cementiris Barcelona



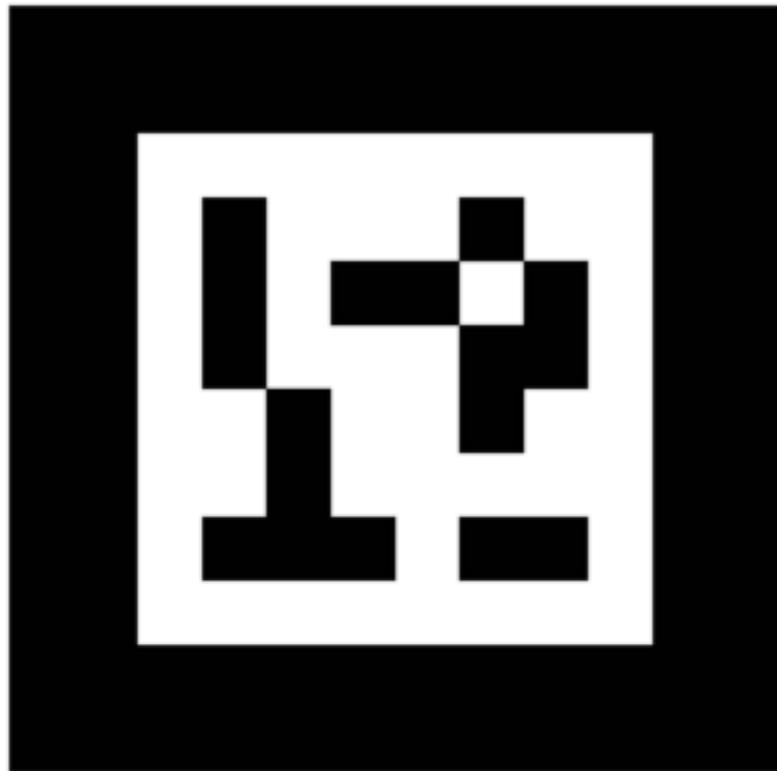
Cementiris
de Barcelona

cementiri
és ciutat



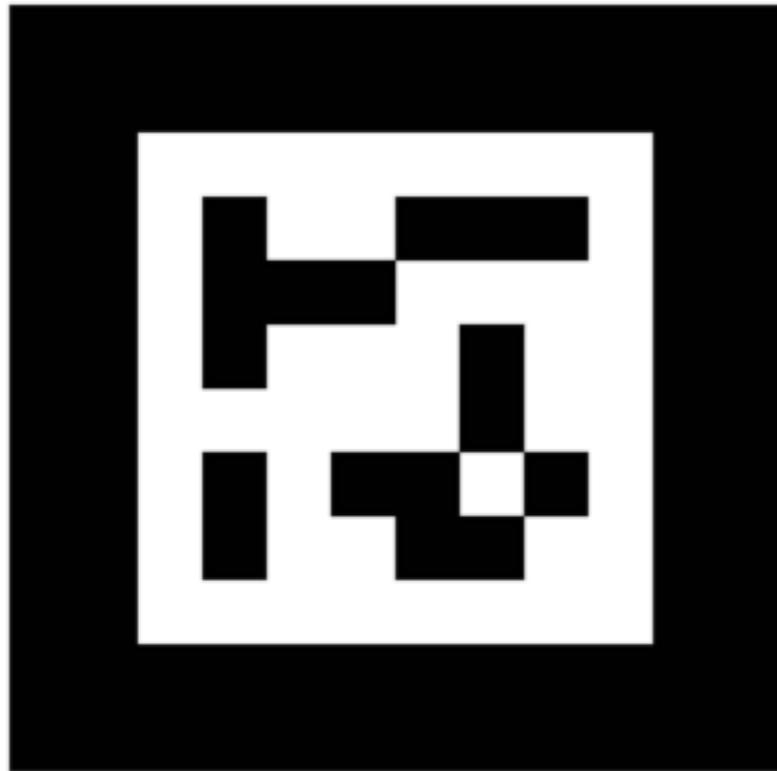
Realidad aumentada

Desarrollo:
Aplicación junaio
TOYOTA Yaris
Marketing directo



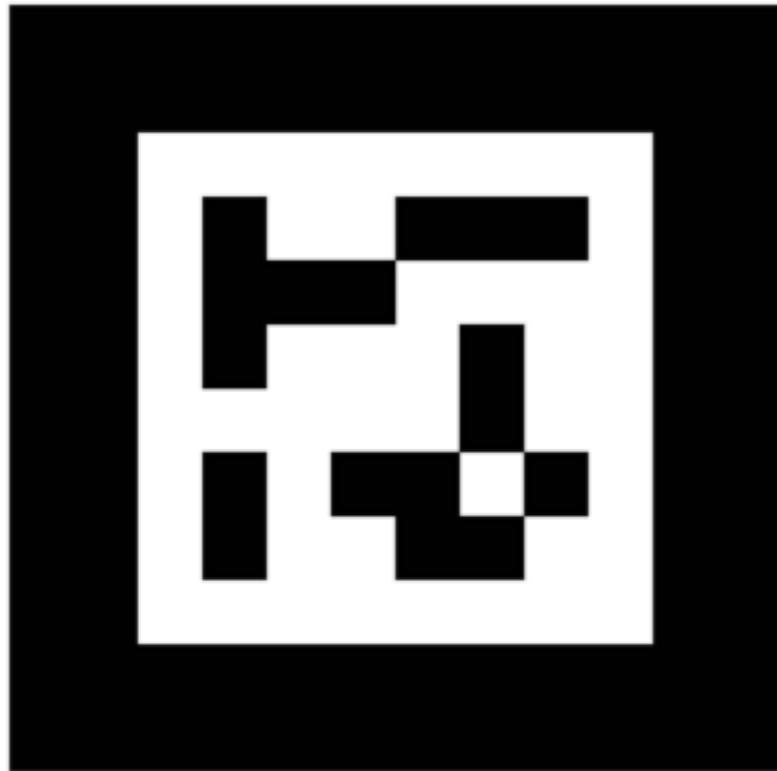
Realidad aumentada

Desarrollo:
Aplicación junaio
MAPFRE
PhotoCall



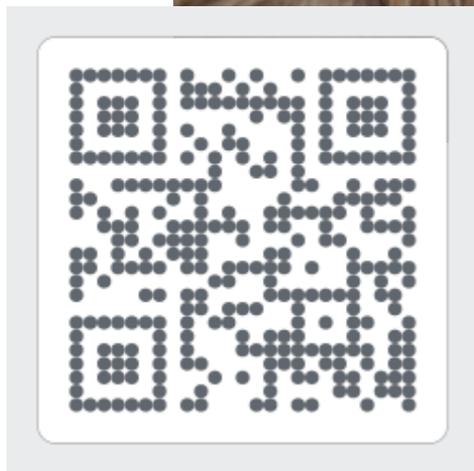
Realidad aumentada

Desarrollo:
Aplicación junaio
Banco Hipotecario
PhotoCall

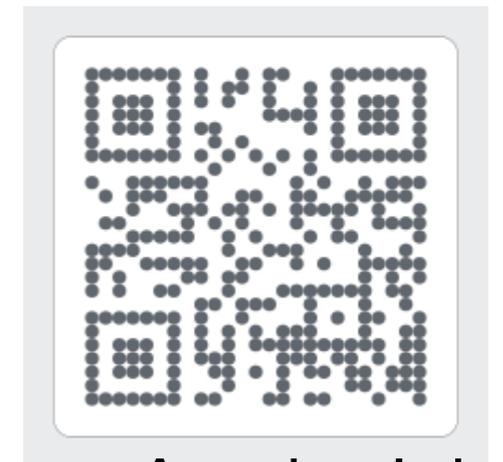


Realidad aumentada

Desarrollo:
Aplicación Wonderbra



iOS



Android

Realidad aumentada

Desarrollo:
Aplicación junaio
Geoturismo



Geolocalización



Geolocalización

Georreferencia: es un neologismo que refiere al posicionamiento con el que se define la localización de un objeto espacial (representado mediante punto, vector, área, volumen) en un sistema de coordenadas determinado.

[Wikipedia](#)



ubeda_com

Geolocalización

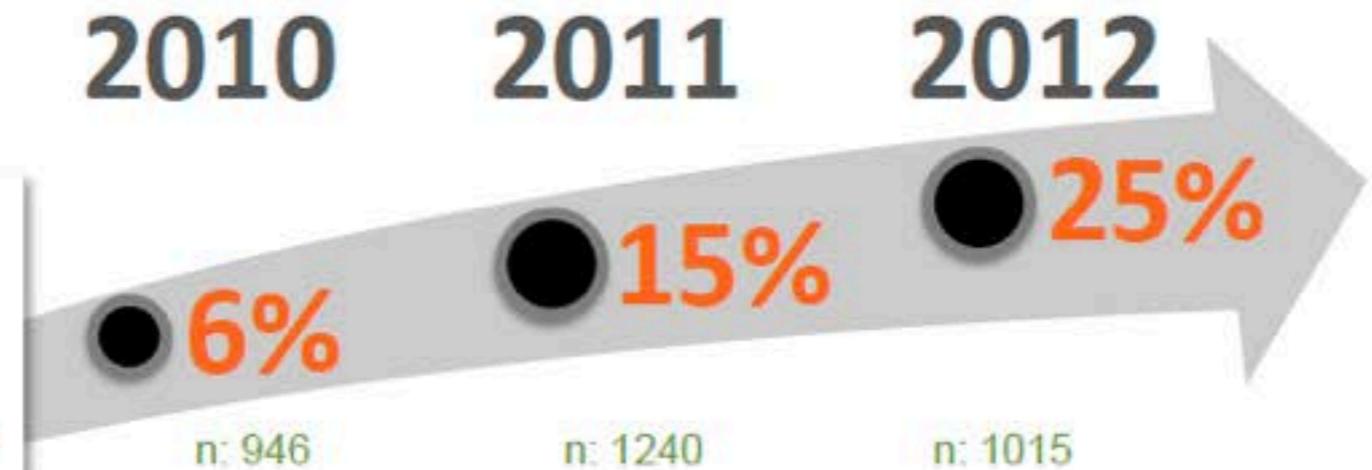
Concepto Geolocalización: Se están desarrollando servicios en el móvil que permiten poder estar localizado físicamente para tus contactos (GEOLOCALIZACIÓN, FOUR SQUARE, LUGARES EN FACEBOOK...), es decir, que saben dónde estás y viceversa, visualizando en un mapa en la pantalla del móvil/Tablet

Geolocalización

Uso de Geolocalización, Foursquare, Lugares en Facebook en alguna ocasión...



En el último año se produce un elevado crecimiento del uso de los servicios de geolocalización: una vez superado el amplio desconocimiento y la baja identificación de beneficio en su uso, la utilización de este tipo de servicio evoluciona positivamente y ha generado "prueba de producto" por un porcentaje relevante de internautas.



Disposición a estar localizable para tus contactos



La prueba hace que la percepción del servicio cambie radicalmente: entre los que lo han probado la disponibilidad para estar localizable es ampliamente mayor que en el caso de aquellos que nunca han probado el servicio.

Geolocalización



Pensando en marcas/productos o servicios de tu interés, ¿te gustaría relacionarte con ellos desde este tipo de servicio?

2011

29%

Base total: 1240

2012

37%

Base total: 1015

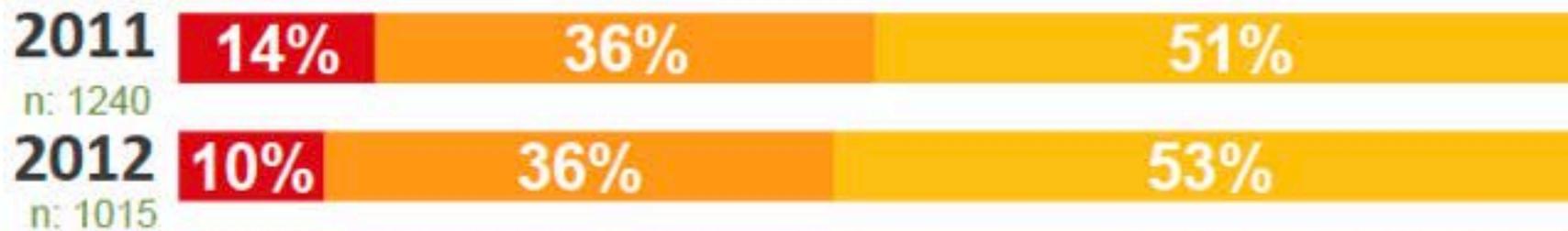
¿Qué ventajas identificas...?

Principales ventajas

Ofertas, descuentos, promociones	24%
Información	16%
Interacción con las marcas, servicio más personalizado	14%
Localizar productos o establecimientos	11%
Comodidad, rapidez, acceso inmediato	11%

Base: dispuesto a relacionarse con marcas 383

Disposición a recibir publicidad en el móvil mediante este sistema



■ Estoy dispuesto a recibir publicidad de comercios del entorno en el móvil, luego decido si me interesa o no leerla.

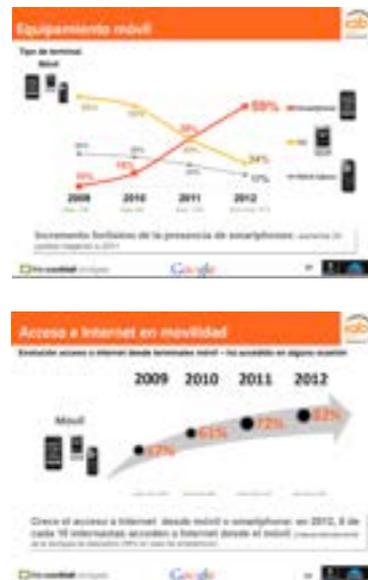
■ Estoy dispuesto a recibir publicidad de comercios del entorno en el móvil, pero solo de aquellos que a mí me interesan, y que haya dado permiso para que me la envíen.

■ No quiero recibir publicidad de comercios del entorno en el móvil.

De la mano de un mayor uso y por tanto un conocimiento más exacto del servicio, 4 de cada 10 internautas manifiestan predisposición a relacionarse con marcas por esta vía. Como motivación destaca, lo económico seguido de la posibilidad de recibir información. Aparece un condicionante de manera mayoritaria, y es que parta de una demanda por parte del consumidor.

Del marketing de proximidad al geomarketing

Nuevo escenario



Nuevos servicios



Servicios basados en la localización LBS

Nuevas herramientas



SOLOMO

SOcial-LOcal-MOvil concepto acuñado por Matt Cutts hace aproximadamente un año. Este nuevo concepto consiste en englobar lo SOcial, la LOcalización y en un entorno MOvil.



Geolocalización



SOCIAL

Gracias a las redes sociales cada vez se conocen mejor los gustos de los consumidores.

Geolocalización





Google+ Social es un servicio que permite a los usuarios compartir y encontrar información sobre lugares cercanos, desde museos y restaurantes hasta sitios de rumba y entretenimiento.



Geolocalización

Es una red social basada en un móvil check-in que permite a los clientes conseguir puntos cada vez que visitan su local (restaurante, cafetería, bar, tienda... en definitiva cualquier negocio que se pueda localizar).



Geolocalización



Yelp es una red social en la que podemos buscar y recomendar negocios de una ciudad determinada. Podemos valorarlos con una puntuación de una a cinco estrellas, escribir un comentario, añadir imágenes del local...



Geolocalización



LOcal

Conocemos también su localización...



Geolocalización



Aplicaciones basadas en geolocalización.

Gracias a las [API](#) (interfaz de programación de aplicaciones) de geolocalización se da lugar a otro tipo de herramientas y aplicaciones que proporcionan servicios basados en la localización de los usuarios, ofreciéndoles información relevante cuándo y dónde es necesaria y útil.



Geolocalización

MÓvil

Los smartphones se han convertido en nuestro dispositivo más personal, que nos permite llevar a todas partes nuestras fotos, vídeos y música, nuestros amigos, nuestra oficina...



Geolocalización

SoLoMo

Por lo tanto, todo esto nos va a permitir segmentar y personalizar las ofertas hasta el punto de conseguir una publicidad más efectiva.



Geolocalización

¿Estás preparado tu negocio para la era SOLOMO?



Web optimizada a dispositivos móviles

Aplicación nativa



Estrategia de relación con clientes (rrss) con participación activa



Geolocalización como lanzadera de ofertas especiales



Geolocalización

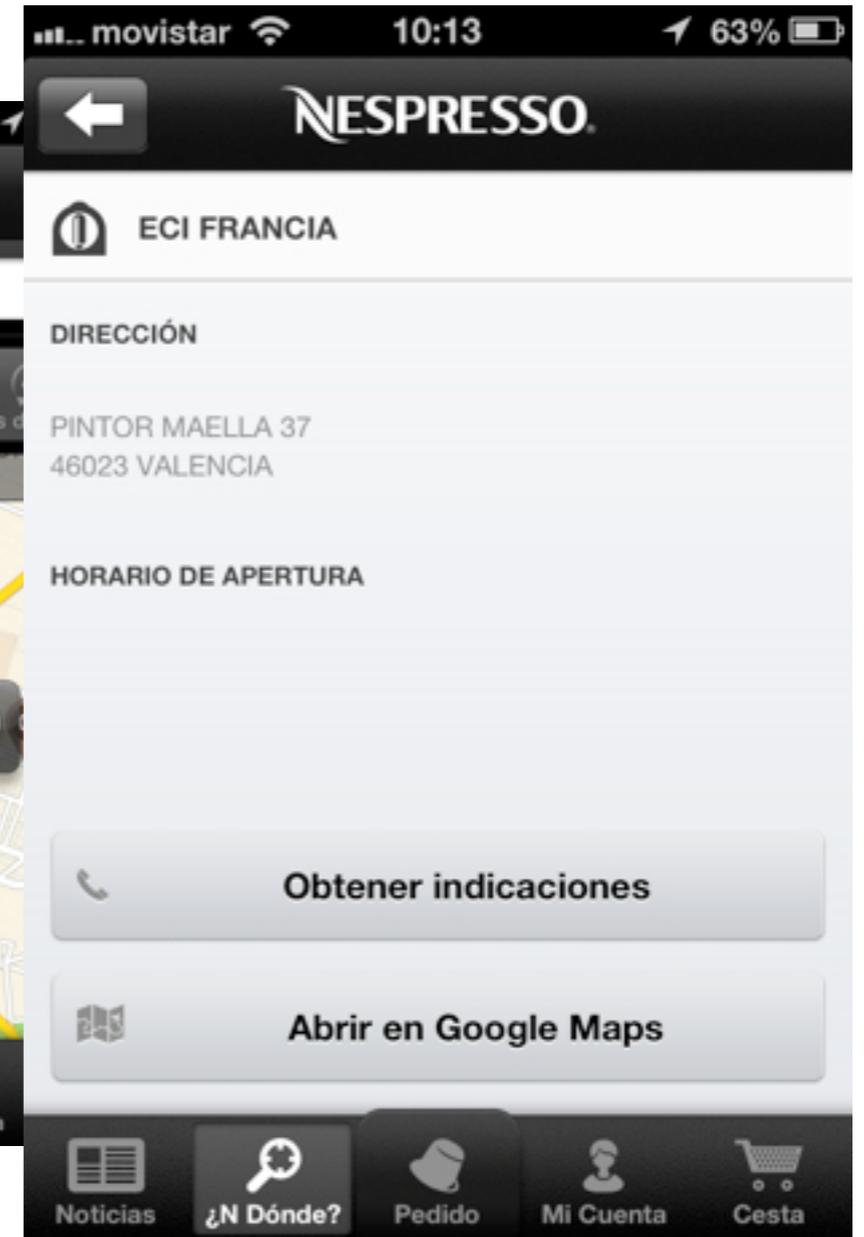
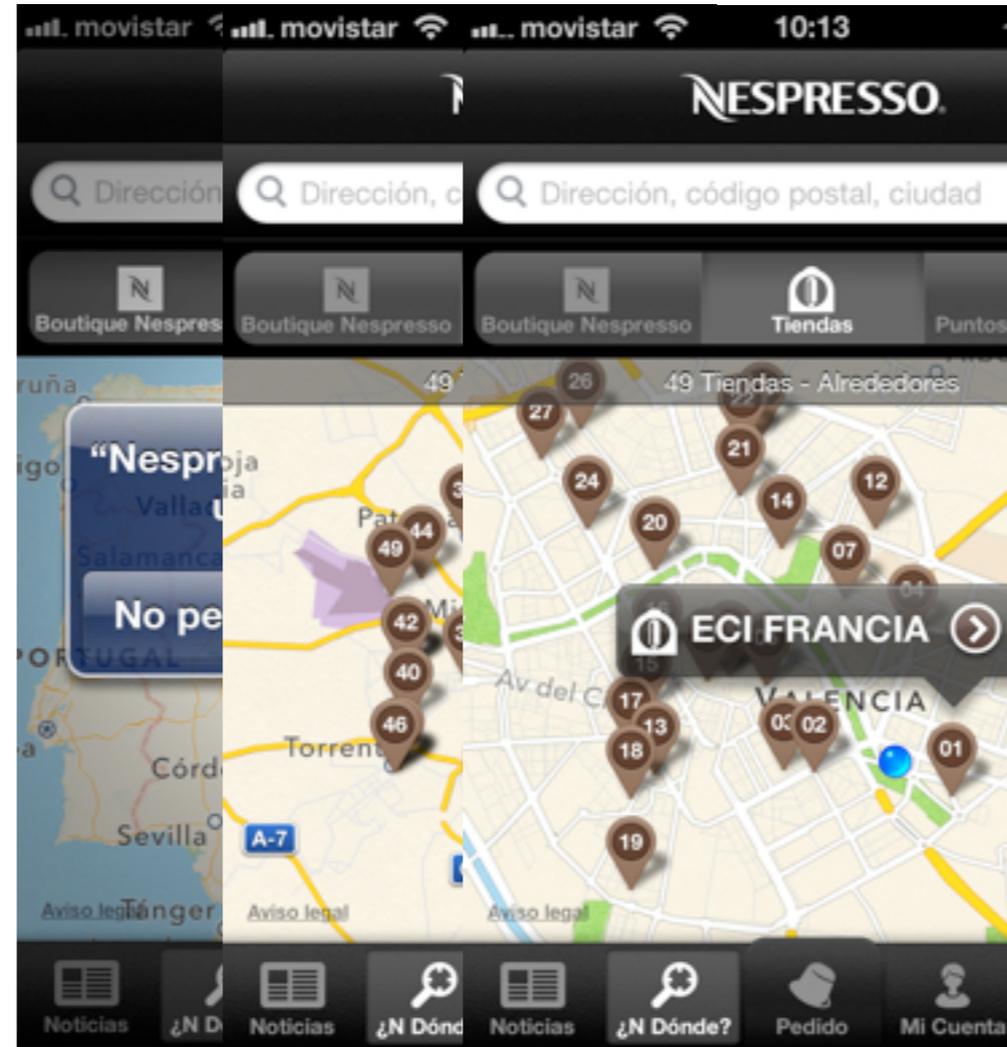
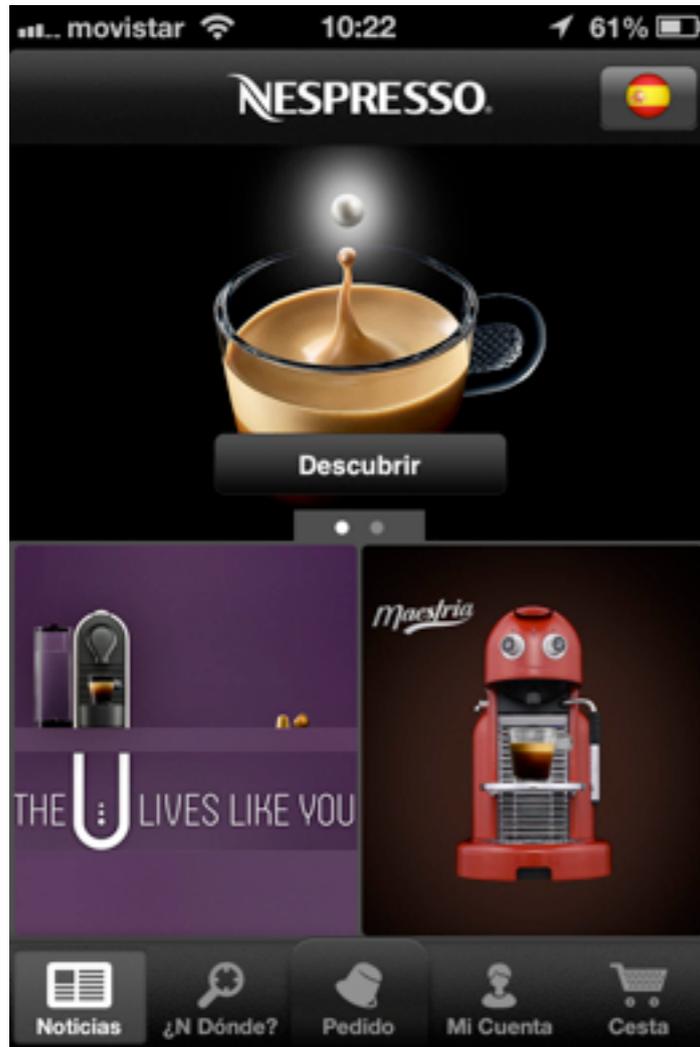
Mahou: De Mapas y de Tapas



Geolocalización

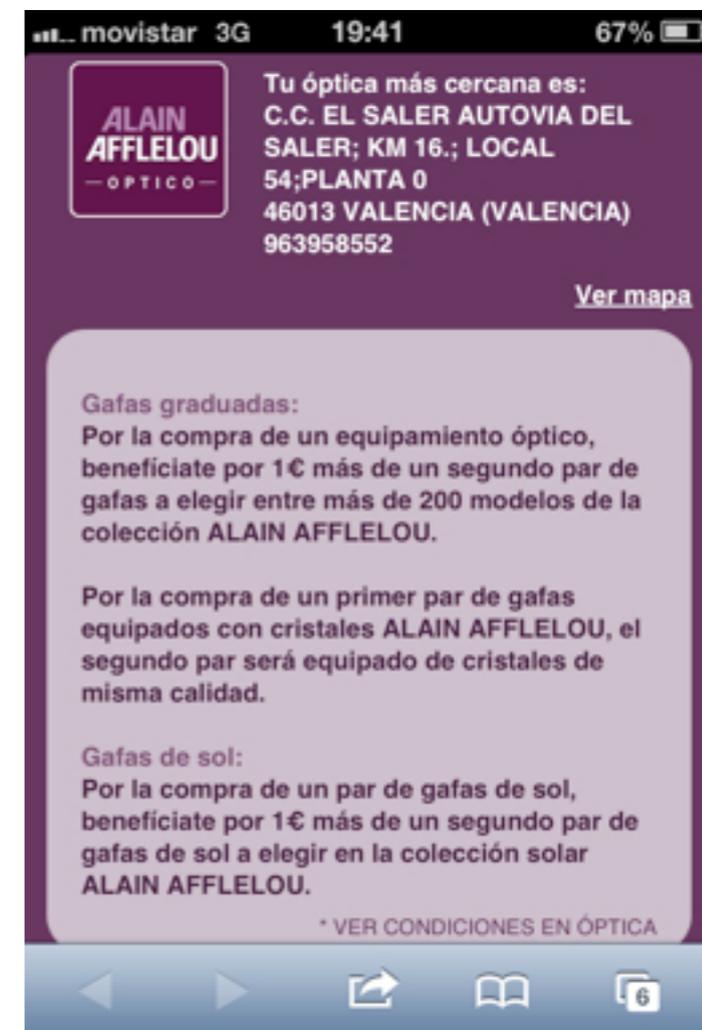
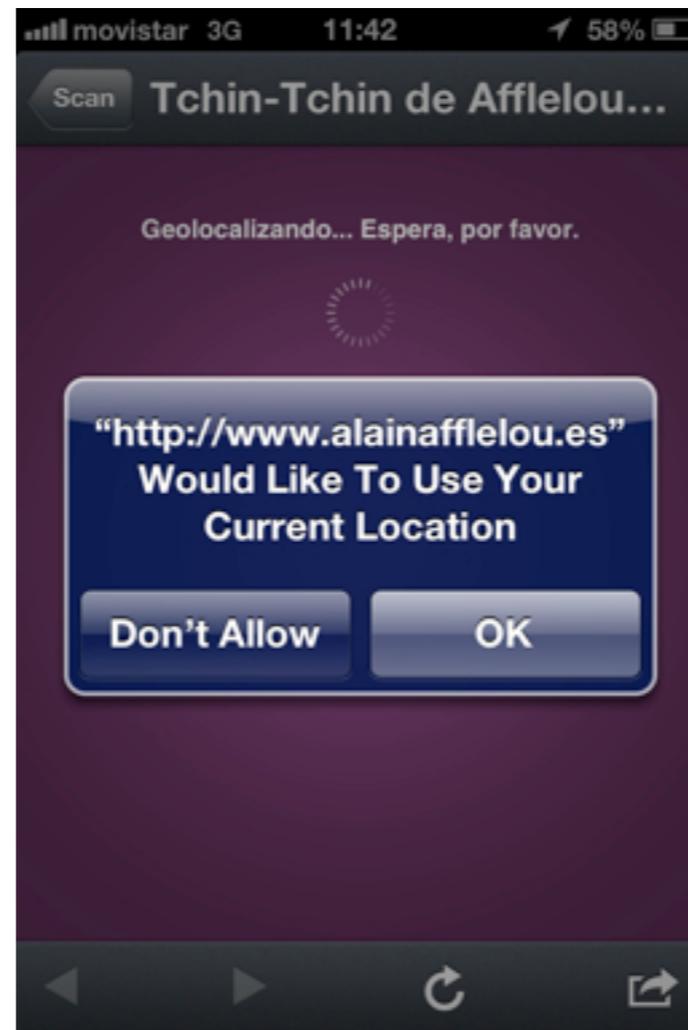


Nespresso



Geolocalización

Alain Afflelou



Geolocalización

Códigos QR



QR

Un código QR (Quick response code, «código de respuesta rápida») es un módulo para almacenar información en una [matriz de puntos](#) o un código de barras [bidimensional](#) creado por la compañía japonesa Denso Wave, subsidiaria [de Toyota](#), en 1994.

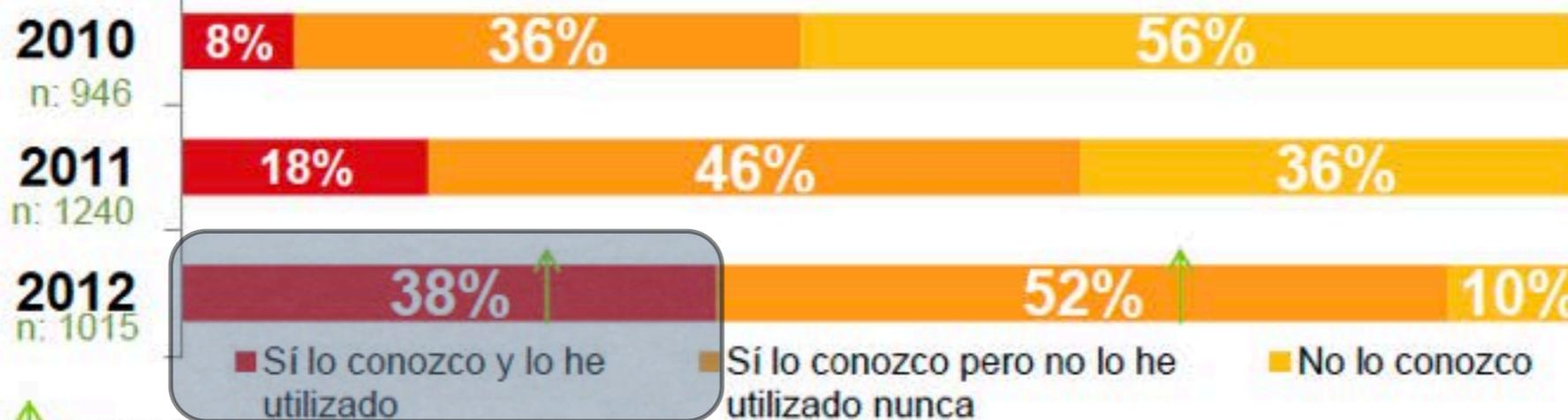
Wikipédia

Concepto códigos QR: Son una versión mejorada de los clásicos códigos de barras que tienen el siguiente aspecto. Basta fotografiar el bidi con la cámara del móvil o recibir uno (via MMS o bluetooth) y el terminal, de forma automática enlaza con una página web, hace una llamada, o la función que se haya predeterminado. Pueden encontrarse bidis en revistas, carteles, paradas de autobús o incluso en páginas de Internet.

Códigos QR



Conocimiento Códigos QR



↑ Diferencias significativas respecto a 2011

Este año ha supuesto un gran paso adelante para los códigos QR: aumenta de manera significativa el conocimiento (6 puntos) y sobre todo se dispara el uso (sube 20 puntos)



Uso Códigos QR

Acceder a información	23%
Acceder a una web o video	15%
Para probar, ver cómo funciona, curiosidad	13%
Acceder a una promoción, descuento	13%
Acceder a publicidad, anuncios	10%
Descarga de aplicaciones y programas	9%
Alimentación (Coca-Cola, Danone, Pepsi, Burguer King, patatas fritas...)	5%
Noticias, revistas...	5%
Billetes avión	3%
Agregar contactos, citas, tarjetas de visita....	3%
Información turística y de ocio (conciertos, eventos..)	3%
Medios de transporte	2%
Cine (entradas, cartelera, trailers..)	1%
Muchas cosas, están en todas partes	1%

Entre aquellos que han utilizado estos códigos, la acción más común es el acceso a información, webs, videos, promociones o publicidad sin especificar. Como sectores con mayor uso de esta tecnología, alimentación, billetes avión, turismo y ocio, transporte y cine... La curiosidad actúa como un factor movilizador importante.

Base: Ha utilizado códigos QR 386

Sistema de codificación de 2D con capacidad de representar más información. Permite características adicionales al resto de códigos existentes.



A screenshot of a web-based QR code generation interface. At the top, there are five radio button options: 'URL' (selected), 'Text', 'Phone Number', 'SMS', and 'Contact'. Below these is a text input field containing 'http //'. At the bottom, there are two buttons: 'Generate FREE' and 'Generate SAFE'.



Códigos QR

PREPARA TUS
VACACIONES



**Consideraciones a la hora de
realizar una estrategia de
marketing móvil con códigos QR.**



Códigos QR



Códigos QR

Consideraciones a la hora de
realizar una estrategia de
marketing móvil con códigos
QR.

Ubicación y tamaño adecuado

Superficie	Distancia lectura QR	Tamaño
A4 Publicación	20 cm	20mm x 20mm (aprox.)
A3 Póster	1,5 m	95mm x 95mm
3x4 m Billboard	10 m	380mm x 380mm



Códigos QR



Imposible su lectura.....



Códigos QR

Consideraciones a la hora de realizar una estrategia de marketing móvil con códigos QR.

Acortar URL

Versión 1	Versión 4	Versión 7	Versión 10
			
Máx. Datos: 25	Máx. Datos: 114	Máx. Datos: 224	Máx. Datos: 395



Códigos QR

Consideraciones a la hora de
realizar una estrategia de
marketing móvil con códigos
QR.

Realizar seguimiento a través de distintas herramientas (de pago y gratuitas)



http://m.youtube.com/#/watch?uid=14S133927365962475&num_usr_scans=1&num_scans=30579&feature=youtu.be&v=KmFYBOfwv_o&device=Apple+iPhone&desktop_uri=%2Fwatch%3Fv%3DKmFYBOfwv_o%26feature%3Dyoutu.be%26uid%3D14S133927365962475%26num_scans%3D30579%26num_usr_scans%3D1%26device%3DApple%2BiPhone&gl=ES



Códigos QR

Consideraciones a la hora de realizar una estrategia de marketing móvil con códigos QR.

LandingPage adaptada



También se conoce como una página de captura o aterrizaje, la página solo aparece en respuesta a hacer clic en un anuncio, a raíz de un enlace de correo electrónico, o escanear un código QR.

En la mayoría de los casos el objetivo general de la página de destino es convertir visitantes en clientes potenciales de ventas.



Códigos QR

3

aspectos fundamentales a la hora
de crear una landingpage para
QR.



1.- Llamada a la acción

El objetivo principal de la página de destino debe ser una llamada clara y concisa a la acción. Esta es la única manera de convertir a los visitantes en clientes potenciales. Deja muy claro lo que quieres que hagan y lo que van a obtener a cambio.



Códigos QR

2.- Contenido

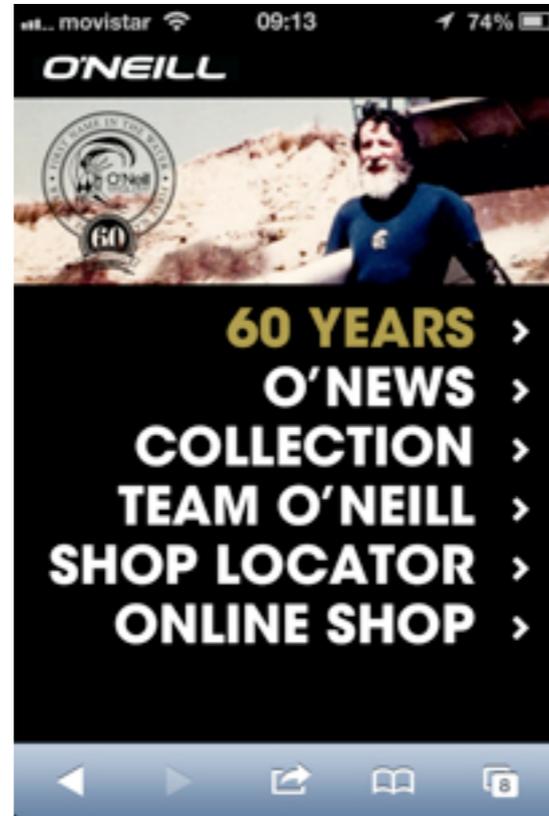


Siempre dependerá de los objetivos planteados, pero los usuarios quieren saber como van a beneficiarse de los productos de su empresa o servicios por el mensaje que transmite. Puedes lanzar cupones, códigos de descuento o alguna oferta especial.



Códigos QR

3.- Apariencia



La apariencia de su página de destino puede ser mucho mayor, dando especial atención a dos temas estrechamente relacionados: la tipografía y el color. Ambos factores afectan en gran medida la legibilidad de su contenido.



Códigos QR

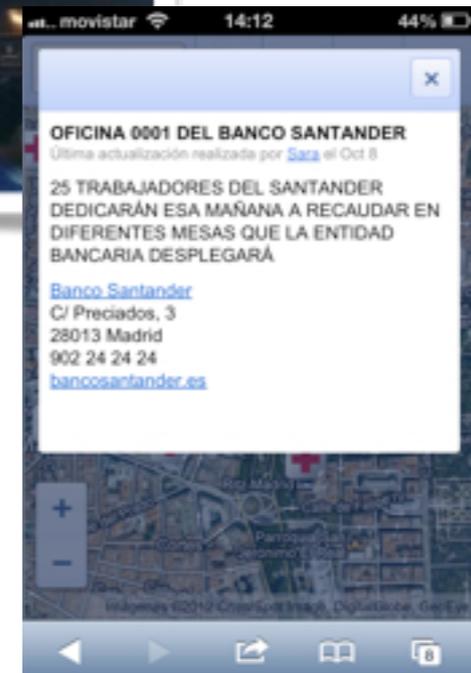
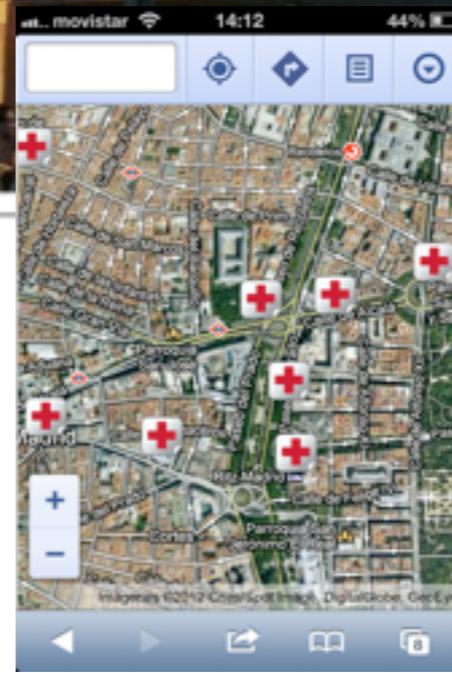
Ejemplos Uso QR

LEE ESTE QR
Y DESCUBRE
LA SORPRESA
QUE HAY DETRÁS



Códigos QR

Cruz Roja



Códigos QR

EMT Málaga

¿Cuándo llega mi bus?

Por QR o SMS

Envía la palabra BUS espacio CÓDIGO DE PARADA* al 217213

¿Cuánto falta?

¡Me da tiempo!

Ahora también por código QR

Gratis**

¿Ha llegado?

EMT

www.emtmálaga.es

* Cada parada se identifica con un código, visible en la propia parada. Servicio gratuito (Disponible de 7 a 23 h). Coste del mensaje entre 0,10 y 0,15 € + IVA, dependiendo de la operadora de telefonía.

**Servicio gratuito (Disponible de 7 a 23 h). Puede conocerlo en www.emtmálaga.es. Se requiere conexión a internet con tarifa plana.

movistar 3G 14:58 57%

Scan Esperas Bus

Empresa Malagueña de Transportes

Tiempos Espera Bus

Parada:

Avda. de Andalucía - Rotonda

Línea	Minutos
25	3

Navigation icons: back, forward, refresh, share



Códigos QR

LifeSquare



Códigos QR

Mercat
de
mercats



Códigos QR

Mercat de mercats



Códigos QR

Finca San Blas



Códigos QR

ESIC Valencia



Códigos QR

Biblioteca



Códigos QR

MUJI



Códigos QR

emart

04 The Shadow QR Code

The shadow QR code only works from 12pm to 1pm according to the shape of shadow.

Scan it!



05 Campaign Process



- 1 Scan the shadow QR code
- 2 Move the SunnySale application
- 3 Purchase items in Emart mail
- 4 Delivered items directly to your home



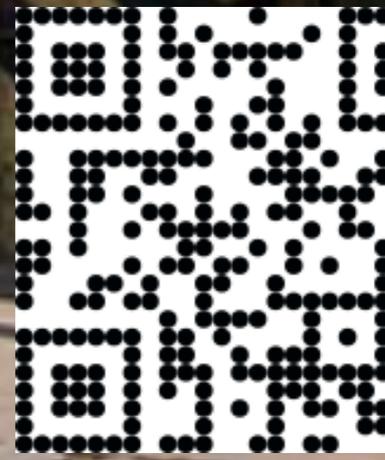
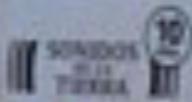
Códigos QR



**CUANDO HAY MÚSICA
LA HISTORIA CAMBIA**



www.facebook.com/sonidosdelaterra



MUCHAS GRACIAS



@toniubeda_com
Cofundador eDiamSistemas
Profesor ESIC
Desarrollo aplicaciones móviles
Realidad aumentada
Geolocalización
QRcodes
Marketing móvil



ASOCIACIÓN VALENCIANA DE
ESCUELAS DE DIRECCIÓN DE
EMPRESAS



DÍA DE LA PERSONA
EMPREDEDORA
15 NOVIEMBRE
**COMUNITAT
VALENCIANA**