



Juliana Smith Holterhaus

Gerente general - Investigación del Mercado Américas
Lumi Insights

/// Columna - Mobile Marketing

CUATRO ESTRATEGIAS PARA CAPTAR LA PERCEPCION DEL CONTEXTO

Acerca de Juliana

Ha sido parte de Lumi desde la primavera de 2011. Ella es ahora gerente general de Investigación de Mercado para los negocios en Estados Unidos. Con una experiencia en ciencias de la decisión e investigación psicológica, disfruta resolver problemas con clientes en la investigación del mercado aplicado y espacio de consultoría. Graduada con honores del Amherst College en 2006 y con un máster de la Universidad de Columbia en 2010, Juliana acaba de terminar su doctorado en Psicología en la misma universidad. Su tesis doctoral se centró en la ciencia motivacional del uso y participación de la tecnología móvil.

⇒⇒ Entendemos el momento de la tecnología móvil como un punto en el tiempo y espacio cuando alguien saca su dispositivo móvil para obtener lo que quiere inmediatamente –y todo está dentro del contexto de ese momento–: la ubicación, el tiempo y el entorno.



Cuando se trata de investigación del mercado móvil, hay una oportunidad real de obtener una visión dentro del “momento de la tecnología móvil”.

Hazlo Importante

1

Ubicación, ubicación, ubicación...

- La georreferenciación es un servicio móvil basado en la ubicación que permite enviar mensajes a los teléfonos inteligentes, teniendo en cuenta un área geográfica definida.
- Esta tecnología promueve la recolección de información en un contexto de ubicación y brinda la oportunidad de hacer relevante la entrada de información al usuario.

Adicionalmente, esto ayuda a mejorar la calidad de la información y asegura que el encuestado/asistente tenga una experiencia verdadera, con parámetros basados en tiempo motivados por su ubicación.

- Las aplicaciones nativas permiten las más simples pero poderosas capturas de geocoordenadas para entender más acerca de la ubicación física del consumidor en el momento de la entrada de datos.

- La tecnología iBeacon está aún en pañales, pero esta tecnología de microubicación, activada por Bluetooth, es capaz de entregar notificaciones, navegación e información a los usuarios móviles por reconocimiento de proximidad.

De acuerdo con Business Insider, la plataforma de iBeacon constará de 4,5 millones de usuarios activos al final de 2018, 3,5 millones de los cuales en uso por parte de los minoristas.

La movilidad de la tecnología móvil en la era del contexto

Como expertos en percepción del consumidor, debemos desear el acceso a ese momento con el fin de recolectar la información en el contexto en el que ocurre.

Gran parte de la información en contexto depende de aplicar las funciones que son únicas al enfoque de la aplicación nativa, y como se hace mediante la implementación significativa de estas funciones estamos en capacidad de obtener una visión única y comprensible de la travesía del consumidor.

La tecnología móvil llegó para quedarse

El consumidor actual está conectado constantemente y ya se encuentra preparado para brindar una retroalimentación significativa (en contexto) a través de su dispositivo móvil.

Yendo más allá, hay muchas estadísticas rondando por ahí según las cuales no es sólo la tecnología móvil, sino específicamente un enfoque de una aplicación nativa, lo particularmente poderoso.

En un reporte reciente de ComScore se explicó que los usuarios de teléfonos inteligentes pasan más del 89 % del tiempo en una aplicación nativa y que las aplicaciones suman cuatro de cada cinco minutos de los medios móviles en Estados Unidos. Eso es mucho tiempo en una sola aplicación.

Así que, con todo esto en mente, consideremos el retorno de la inversión que brinda una aplicación nativa y cómo este enfoque permite captar la percepción en contexto.

2

Un recordatorio amistoso

- Las notificaciones dentro de la aplicación brindan:

Avisos discretos.

Aumento de tasas de respuesta.

Reducción en tendencias de memoria del encuestado.

Familiaridad y participación.

- En una reciente investigación llevada a cabo por Localytics se reveló que las aplicaciones con alertas de notificación integradas muestran, en promedio, un 88 % de participación de los usuarios más alto que sus homólogos, sin notificaciones dentro de la aplicación. Así mismo, se mostró que las tasas de abandono de aplicaciones de un solo uso bajaron del 21 al 11 % para usuarios que habilitaron las alertas de notificación, y en general tenían cerca de tres veces más tasa de retención en comparación con usuarios que deshabilitaron los mensajes de inserción.

3

Conveniencia y accesibilidad

- La función fuera de línea permite al experto en percepción del consumidor invertir en conectividad constante.

En el momento, sin tener en cuenta la conexión a internet.

Los usuarios pueden acceder a la aplicación nativa en cualquier momento o lugar.

Reduce el sesgo por la memoria del encuestado.

- De acuerdo con las últimas tendencias de internet, la analista Mary Meecker señala que las personas revisan sus teléfonos, en promedio, más de 150 veces al día. La función fuera de línea permite el acceso dondequiera que el usuario y su *smartphone* puedan estar.

4

Captura multimedia

- El adagio “Una imagen vale más que mil palabras” (y un video posiblemente valga aún más) es particularmente relevante cuando se trata de captar la perspectiva y las circunstancias de un momento específico.

Brinda contexto e importancia en la captura de información.

Proporciona conocimiento significativo en experiencias de vida real del consumidor.

Incentiva y fomenta la retroalimentación.

- Estos cuatro elementos hablan de los beneficios inherentes al enfoque de la aplicación nativa cuando se trata de captar información *en contexto*.