

COMUNICACIÓN TECNIMAP 2007

Nombre: José Manuel González Suárez
NIF: 10.833.194-X
Teléfono: 91 483 2473
Correo electrónico: josemanuel.gonzalezsuarez@telefonica.es
Organismo / Empresa: Telefónica Soluciones
Puesto de trabajo: Director asociado responsable de Digital Media
Dirección de trabajo: Ronda de la Comunicación s/n
Distrito C. Edificio Norte 2, planta 1
28050 Madrid

Título de la comunicación:

Marketing Dinámico: comunicación y tecnología al servicio del ciudadano

Resumen de la comunicación

Las Administraciones Públicas pueden utilizar Marketing Dinámico para informar a los ciudadanos de todos los temas que sean de su interés, utilizándolo como complemento al resto de canales de información y aproximando de una forma personalizada la administración al ciudadano. Aquí los escenarios pueden ser variados, desde información tributaria en campañas, eventos y programación educativa en centros de enseñanza o de investigación, consejos de salud pública en centros hospitalarios y de atención primaria o especializada (campañas de vacunación, hábitos alimentarios, alertas de salud...), información sobre los anuncios de vistas judiciales a realizar o realizados, y en general en cualquier ámbito como complemento de la atención presencial en oficinas administrativas con afluencia de ciudadanos donde se requiera una atención personalizada.

Marketing Dinámico: comunicación y tecnología al servicio del ciudadano



El Marketing Dinámico es un nuevo concepto, una combinación de tecnología y contenidos cuyas infinitas posibilidades hacen de esta solución un nuevo canal de comunicación que ya está revolucionando el mundo.

Las necesidades de esta sociedad nos obligan a adecuar nuestras administraciones a la demanda del ciudadano. Un ciudadano que en estos últimos años ha cambiado su comportamiento y sus hábitos de consumo, un ciudadano más participativo y exigente, un ciudadano que demanda estar continuamente conectado e informado.



Convergencia

Digital Media



*"Descubre el valor
de tus activos"*

1990 "Exp. Mirasierra" - "Autopistas inteligentes" 1995- 2004- 2007

Por ello, debemos de hablar que mundo del futuro se prevé como un mundo en red, un mundo interconectado entre los ciudadanos, empresas y administraciones, que permitirá aumentar las eficiencias, agilizar procesos, en definitiva, ser más competitivos, eliminando barreras de espacio y tiempo.

La red se convierte así en un activo clave de esta transformación por su capacidad para poner en contacto a individuos, negocios, empresas y administraciones, por su capacidad para proporcionar acceso ubicuo a todo tipo de información, aplicaciones y servicios, así como por la posibilidad de crear economías de escala.

Tener la posibilidad de poder dar soluciones y respuestas en tiempo real y desde cualquier lugar, supone dar un paso fundamental para conseguir la eficiencia comercial, ayudando a ser más competitivo.

Desde Telefónica y en concreto desde el área de Gestión de Activos Digitales estamos trabajando para desarrollar soluciones y servicios que nos ayuden a gestionar la cadena de valor de los contenidos que viajarán sobre esta red.



Servicio de Marketing Dinámico

La conquista del cliente lleva implícita una búsqueda permanente de medios para captar su atención. El estudio de sus hábitos de consumo, fundamentalmente qué compra y dónde lo compra, ha desembocado en la utilización de nuevos canales de comunicación en el ámbito de la publicidad.

Tradicionalmente, las empresas que disponen o necesitan de puntos de atención al público se han preocupado por crear un ambiente acogedor para sus clientes identificándolo con la imagen que quieren crear y transmitir, intentando mejorar la estancia de estos en sus centros, así como dotándole de elementos de comunicación ya sea cartelería, folletos y todo tipo de PLV.

Hasta la fecha, Telefónica ha prestado servicios relacionados con estos objetivos mediante la comercialización de productos como la música ambiental, servicios de emisión de mensajes de audio corporativos y/o publicitarios en el punto de venta del cliente. Dichos servicios han ido evolucionado hasta llegar al actual servicio de Marketing Dinámico como un nuevo soporte de comunicación que, en muchos casos, comienza a sustituir a los soportes tradicionales en el punto de venta.

Podemos decir entonces, que el marketing dinámico surge como respuesta a la necesidad de crear nuevas formas de comunicación entre la empresa y el consumidor, de lograr un mayor acercamiento entre ambos, todo ello orientado a maximizar las ventas. La personalización de las ofertas y la optimización de la gestión y de la distribución de los contenidos digitales se han convertido en el mejor modo para conseguirlo

En definitiva, el servicio del Marketing Dinámico se constituye como la oferta que proporcionará a nuestras administraciones una distinción en cuanto a la imagen de sus puntos de atención al público mediante la incorporación de Ambientación Musical, la emisión de contenidos y mensajes multimedia a la medida del ciudadano y la digitalización y automatización de la cartelería.

Tomando como fuente el Strategy Institute podemos argumentar que:

- Los servicios de marketing dinámico captan 10 veces más la atención del ojo humano que la cartelería estática.
- Los nuevos productos promocionados con servicios de marketing dinámico incrementan las ventas de un 30% a un 300%.
- Con este sistema se reduce la percepción de los tiempos de espera de los clientes en un 15%.
- Mejora la relación cliente -marca confirmando estos sistemas como mecanismo de fidelización.

Por todo ello y por las capacidades que contamos, Telefónica apuesta por este tipo de soluciones en la AAPP, incluyendo en su propuesta todo el proceso de implantación de una solución de marketing dinámico llave en mano.

Telefónica cuenta con las capacidades necesarias

Capacidades Tecnológicas

- Red/conectividad
- Plataformas de servicios
- Centros de proceso de datos

Conocimiento

- Servicios en red
- Gestión
- Integración de servicios

Logística

- Capilaridad
- Instalación
- Soporte
- Capacidad

Contenidos

- Producción
- Explotación
- Programación

Solución llave en mano

Descripción de la solución

El servicio de Marketing Dinámico y Ambientación Musical de Telefónica nace como extensión natural de los proyectos ya realizados con el fin de responder a las demandas de nuestros clientes en el ámbito de la publicación digital de contenidos. Proyectos como los realizados para Loterías y Apuestas del Estado o la Caja de Ahorros del Mediterráneo o Halcón Viajes abrieron la posibilidad de estandarizar la forma en que se realizaban estos proyectos con el objetivo de abaratar costes, reducir tiempos y gestionar de forma unificada toda la cadena de valor.

La idea es aportar una plataforma en la que se aúnen una serie de elementos desde los que aportar valor. Estos elementos son:

- Las aplicaciones SW.
- Las plataformas HW.
- La Seguridad.
- El soporte y la gestión extremo a extremo.

En este punto, es objetivo de Telefónica dar un nuevo impulso a los esfuerzos en el campo de las Tecnologías de la Información procediendo al desarrollo de este servicio y ofrecerlo, no ya como un proyecto "ad hoc", sino con el soporte de unos procesos, procedimientos y plataformas claramente definidos que permitan a nuestros clientes sacar partido de las capacidades del Grupo Telefónica y de sus mejores prácticas en Gestión de infraestructuras tecnológicas.

Nuestra solución engloba todo el ciclo completo comenzando con el análisis del modelo de negocio más adecuado para cada empresa y yendo más allá del proceso de despliegue del sistema (suministro e instalación de equipos, aplicaciones y redes), al responsabilizarse también del diseño de contenidos (si el cliente lo requiere), la gestión, la operación y el soporte y mantenimiento integral del servicio.

Además, se ha considerado en todo momento la futura escalabilidad del servicio en cuanto a número de pantallas, gestión de contenidos y facilidad de integración con otros sistemas, lo que determina la viabilidad de las soluciones a medio y largo plazo, al tener siempre presente la posibilidad de que el sistema evolucione o crezca.

Distribución centralizada de contenidos



Funcionalidades de la plataforma de Marketing Dinámico

A continuación se muestran algunas de las funcionalidades más reseñables de la herramienta de gestión de contenidos:

- **Emite contenidos Multimedia en uno o varios canales**
Se proporciona el equipamiento y software necesario para crear hasta cuatro canales, independientes, de emisión de contenidos multimedia por cada punto (PC) de MD.
- **Soporte de formatos multimedia**
El servicio de Marketing Dinámico es capaz de gestionar cualquier formato de video digital e incorporar el soporte de los nuevos formatos a medida que aparezcan en el mercado.
- **Sistema escalable**
Es posible ir incorporando puntos de emisión de forma prácticamente ilimitada, pudiendo gestionar desde una a miles de instalaciones de forma flexible y sencilla.
- **Sistema Seguro**
Están soportados diversos mecanismos de comunicación seguros que garantizan la invulnerabilidad del servicio.
- **Servicio personalizable**
El servicio de Marketing Dinámico es un sistema íntegramente desarrollado en Telefónica, esto permite llevar a cabo las adaptaciones necesarias a las necesidades de los diferentes clientes conforme van surgiendo.

- **Programación de emisión**
La emisión de los contenidos de se ejecuta en función de parámetros de programación que permiten saber exactamente lo que se va a emitir en cada minuto del día. El envío de las programaciones y los contenidos asociados a las mismas es totalmente automático y desatendido
- **Diseño y programación**
Es posible programar y diseñar los canales de forma independiente a la gestión de los puntos de emisión. Esto permite la separación completa entre creatividad y gestión del servicio.
- **Auditoría y estadísticas**
En todo momento están disponibles los datos de emisión de contenidos, actividad de los puntos de emisión, canales de audio sintonizados, etc.
- **Control remoto**
Existe un control total sobre el punto remoto de tal forma que se evita la necesidad de hacer desplazamiento de técnicos de campo a las sedes de los clientes.
- **Integración con las infraestructuras**
El reproductor del servicio de Marketing Dinámico se adapta a los diferentes modelos de infraestructuras de telecomunicaciones que existen y puede convivir con otros servicios, de cara a maximizar el uso de dichas infraestructuras y minimizar la posibilidad de interferencia entre ellos.
- **Interactividad**
El reproductor del servicio de Marketing Dinámico se puede integrar con los más modernos sistemas de marketing interactivo como son servidores de mensajes Bluetooth, contadores de personas, detectores de perfiles de cliente, etc.

Aplicaciones del Marketing Dinámico

Como ya hemos ido comentando, el Marketing Dinámico está orientado fundamentalmente a clientes con dispersión geográfica que ejercen su actividad en oficinas comerciales, independientemente del sector al que pertenezcan: administraciones públicas, banca, seguros, industria, distribución y servicios.

Las Administraciones Públicas pueden utilizar Marketing Dinámico para informar a los ciudadanos de todos los temas que sean de su interés, utilizándolo como complemento al resto de canales de información y aproximando de una forma personalizada la administración al ciudadano. Aquí los escenarios pueden ser variados, desde información tributaria en campañas, eventos y programación educativa en centros de enseñanza o de investigación, consejos de salud pública en centros hospitalarios y de atención primaria o especializada (campañas de vacunación, hábitos alimentarios, alertas de salud...), información sobre los anuncios de vistas judiciales a realizar o realizados, y en general en cualquier ámbito como complemento de la atención presencial en oficinas administrativas con afluencia de ciudadanos donde se requiera una atención personalizada.

En el sector Distribución, el Marketing Dinámico resulta una herramienta fundamental y especialmente en el punto de venta de la distribución minorista, donde las promociones cambian frecuentemente y el precio es un elemento crucial frente a la competencia. Por ello, se ha identificado la necesidad que tienen las grandes superficies de desarrollar un canal de comunicación que facilite y empuje la comercialización de productos propios, marca blanca, y ajenos. En este sentido, las posibilidades que ofrece el Marketing Dinámico son infinitas, enfocadas todas ellas a dinamizar la venta; cómo, cuándo y dónde interese, incrementando lógicamente el ratio de ingresos por venta inducida.

En el sector Ocio y Turismo, las agencias de viajes pueden emplear esta solución para informar a los clientes de las ofertas y paquetes de viajes de una manera más atractiva, publicar sus ofertas de última hora de una forma casi inmediata o como apoyo a la venta cruzada de otros productos y servicios turísticos. Las cadenas hoteleras, en constante búsqueda de servicios que mejoren la experiencia de los huéspedes, pueden informar en tiempo real de los eventos y actividades que tienen lugar en el hotel o de las ofertas de ocio (museos, exposiciones, parques

temáticos, restaurantes, etc.) que pueden disfrutar en la ciudad. En los centros de ocio, la instalación de kioscos interactivos con pantallas táctiles, facilita, entretiene y hace más agradable la estancia del usuario.

En el caso de las Entidades Financieras, las ventajas que nos proporciona el Marketing Dinámico podrían ser contempladas desde tres puntos de vista.

Por un lado, a la hora de promocionar productos propios, a la entidad le supone la eliminación de problemas y costes asociados a la distribución de cartelería tradicional obteniendo una mayor efectividad al permitir lanzar campañas específicas para sede y además mayor garantía de éxito en la misma al utilizar medios audiovisuales de mayor impacto. En segundo lugar, permite la emisión de contenidos de ocio e interés general, lo que genera un aumento en la efectividad de la promoción comercial al mantener la atención del cliente, haciendo su espera más agradable y dotando a la entidad de una imagen de modernidad. Y, por último, y sólo en el interior de la oficina, el Marketing Dinámico ofrece la posibilidad de emitir publicidad de terceros, lo que puede generar para la entidad una nueva línea de ingresos.

Conclusión

El Marketing Dinámico puede abarcar multitud de soluciones técnicas y de negocio, personalizadas para cada tipo de empresa. La mejor forma de implantar una herramienta de Marketing Dinámico es a través de una compañía especializada que provea y mantenga el servicio completo, desde el diseño y personalización de la solución pasando por el alojamiento de la aplicación, la instalación de la ésta y de los visualizadores en los puntos de venta, dimensionamiento de la red corporativa, diseño del canal, distribución y divulgación de contenidos para terminar con el mantenimiento de la aplicación.

Tan importante puede llegar a ser este servicio en cuanto a la imagen corporativa que no sólo se está evolucionando a nivel de software sino también ha comenzado ya la evolución en cuanto a modos de presentación de la información. En este sentido Telefónica igualmente sigue apostando por la innovación mediante proyección en exteriores (pantallas de retroproyección que permiten la visualización de imágenes de alta calidad a plena luz solar), proyección holográfica (pantallas que conservan su transparencia incluso estando proyectadas), leds (una trama de leds para exterior formando una impactante imagen global) y proyecciones nocturnas sobre fachadas (sistema de proyección frontal que permite la creación de imágenes impactantes de gran tamaño, colorido y dinamismo) como el futuro para Marketing Dinámico a gran escala.



