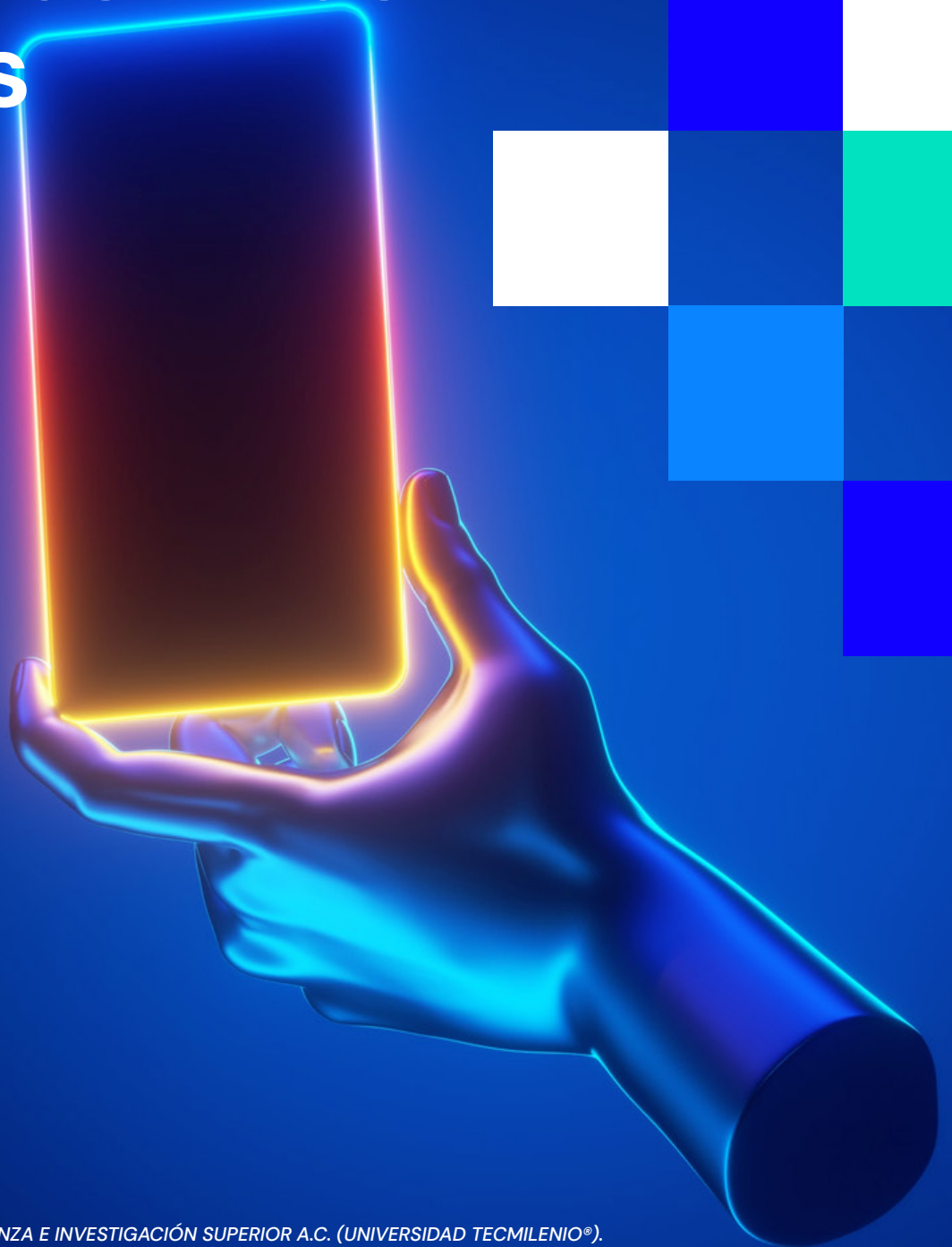


Experiencia del usuario centrado en dispositivos móviles



Experiencia del usuario centrado en dispositivos móviles.



Toda estrategia de marketing debe enfocarse en el usuario, porque los consumidores son la base del éxito de cualquier negocio o marca; sin clientes o consumidores, no hay ventas, ingresos ni crecimiento. Al enfocarse en el usuario, se puede crear una experiencia de marca más atractiva y satisfactoria, lo que puede aumentar la lealtad de los clientes, impulsar las ventas y mejorar la reputación de la marca; el comprender las necesidades y deseos de los consumidores lleva a que se pueden crear productos y servicios que se ajusten mejor a sus demandas, lo que a su vez puede aumentar la satisfacción del cliente y mejorar la retención de clientes.

Por otro lado, el enfoque en el usuario también puede ser beneficioso desde un punto de vista estratégico, al comprender mejor a los consumidores, se pueden identificar nuevas oportunidades de mercado, descubrir segmentos de clientes no atendidos, y desarrollar campañas de marketing más efectivas y con mejores resultados, enfocarse en el usuario es fundamental para cualquier estrategia de marketing efectiva, al comprender mejor las necesidades y deseos de los consumidores, se pueden crear productos y servicios que se ajusten mejor a sus demandas, mejorar la satisfacción del cliente, aumentar la lealtad de los clientes, y mejorar los resultados de negocio a largo plazo.

Por razones obvias, el marketing digital, para poder potenciar la experiencia del usuario en dispositivos móviles, debe pensar en aquel con mayor precisión. Para centrar la experiencia del marketing digital en los usuarios de dispositivos móviles, nos debemos enfocar en el más usado y en crecimiento: el celular inteligente. Según un informe de Statista publicado en enero de 2022, se espera que haya alrededor de 3.800 millones de usuarios de teléfonos inteligentes en todo el mundo esta cifra representa aproximadamente el 48,7% de la población mundial, de ahí, el 97% de los usuarios tenían acceso a Internet de manera continua, esto se debe en gran medida a la expansión de la cobertura de red y a la disponibilidad de planes de datos móviles accesibles, lo que habla de la importancia de esta herramienta para el marketing; por ello, es importante considerar algunos puntos clave:

Diseño responsivo: El diseño de la página web o de la aplicación debe ser responsivo, es decir, adaptarse a diferentes tamaños de pantalla y dispositivos, incluyendo los teléfonos inteligentes. Esto asegura que los usuarios puedan navegar por la página web o la aplicación de manera fácil y cómoda.

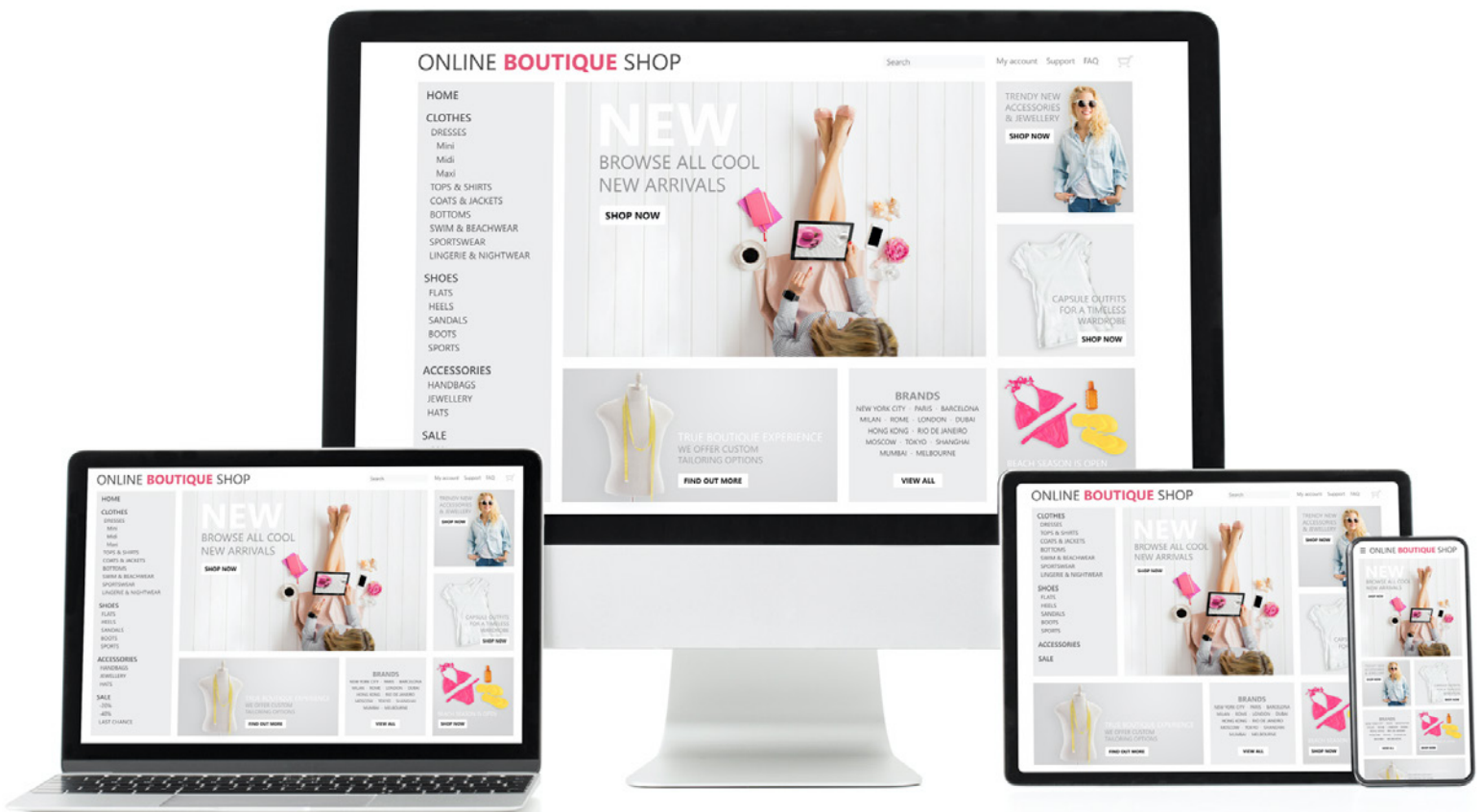
Contenido adaptado: El contenido debe estar adaptado para ser fácilmente consumido en dispositivos móviles, significa que los textos deben ser cortos y concisos, las imágenes deben ser optimizadas para su visualización en pantallas pequeñas, y los videos deben tener una duración adecuada para la visualización en dispositivos móviles.

Interacción táctil: Los teléfonos inteligentes se manejan a través de la interacción táctil, por lo que es importante optimizar la navegación para que sea fácil y rápida de usar con los dedos. Por ejemplo, los botones y enlaces deben ser lo suficientemente grandes para ser seleccionados fácilmente.

Personalización: Los usuarios de dispositivos móviles esperan una experiencia personalizada, por lo que es importante utilizar tecnologías como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para ofrecer recomendaciones, así como sugerencias basadas en los intereses y comportamientos de los usuarios.

Marketing móvil: Las estrategias de marketing deben centrarse en los dispositivos móviles, utilizando tácticas como la publicidad en redes sociales, el marketing por correo electrónico, y la publicidad en aplicaciones móviles.

Para centrar la experiencia del marketing digital en los usuarios de dispositivos móviles, es importante considerar el diseño responsivo, el contenido adaptado, la interacción táctil, la personalización, y las estrategias de marketing móvil, al prestar atención a estos aspectos, se pueden crear experiencias de marketing digital efectivas para los usuarios de teléfonos inteligentes.



Vamos a verlo desde un ejemplo de éxito total. iPhone es conocido por ser un dispositivo móvil que se enfoca en brindar una experiencia de usuario excepcional, estas son algunas de las formas en las que el iPhone potencia la experiencia del usuario en dispositivos móviles:

Diseño intuitivo y accesible: El diseño de los dispositivos iPhone es conocido por su sencillez y facilidad de uso. La interfaz es intuitiva y accesible, lo que hace que los usuarios puedan aprender rápidamente cómo usar su dispositivo y encontrar lo que necesitan sin dificultad.

Integración del hardware y software: Apple es conocido por integrar su hardware y software de manera que ambos funcionen en armonía para ofrecer una experiencia de usuario fluida y coherente. Esto significa que el rendimiento del dispositivo es eficiente y estable, lo que a su vez aumenta la satisfacción del usuario.

Seguridad: Los dispositivos iPhone son conocidos por su seguridad y privacidad. Apple implementa medidas de seguridad y privacidad en su hardware y software para proteger los datos de los usuarios, y prevenir posibles ataques cibernéticos.

Ecosistema de aplicaciones: El ecosistema de aplicaciones de Apple es amplio y diverso, lo que permite a los usuarios encontrar fácilmente aplicaciones para satisfacer sus necesidades. Además, la App Store de Apple tiene altos estándares de calidad, lo que garantiza que las aplicaciones sean seguras y estables.

Actualizaciones de software: Apple proporciona actualizaciones de software regulares para sus dispositivos iPhone. Estas actualizaciones no sólo mejoran la seguridad y la estabilidad del dispositivo, sino que también agregan nuevas funciones y características para mejorar la experiencia del usuario.

iPhone potencia la experiencia del usuario en dispositivos móviles a través de su diseño intuitivo y accesible, integración de hardware y software, seguridad, ecosistema de aplicaciones y actualizaciones de software regulares. Todo esto contribuye a brindar una experiencia de usuario excepcional en dispositivos móviles.



Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o patrocinio.

Pero no debemos olvidar que, a pesar de ser el más importante, hay otros dispositivos móviles que deben generar también esas experiencias únicas; Surface es una línea de dispositivos portátiles de Microsoft que incluyen tabletas, portátiles y dispositivos 2 en 1, estas son algunas de las formas en que Surface potencia la experiencia del usuario en marketing digital:

- ▶ **Diseño y portabilidad:** El diseño de Surface es elegante y portátil, lo que permite a los usuarios llevarlo consigo donde quiera que vayan. Esto significa que pueden acceder a sus campañas de marketing y estrategias de negocio desde cualquier lugar y en cualquier momento.
- ▶ **Pantalla táctil y stylus:** Surface cuenta con una pantalla táctil y stylus, lo que permite a los usuarios interactuar de manera más natural e intuitiva con su dispositivo. Esto puede ser particularmente útil para crear diseños de marketing y contenido gráfico.
- ▶ **Integración de Windows:** Surface funciona con el sistema operativo Windows de Microsoft, lo que significa que los usuarios pueden acceder a una amplia gama de herramientas de marketing y software de productividad que ya están familiarizados.
- ▶ **Rendimiento y eficiencia energética:** Surface es conocido por su rendimiento y eficiencia energética. Esto significa que los usuarios pueden trabajar sin interrupciones y durante períodos prolongados sin preocuparse por la duración de la batería.
- ▶ **Conectividad y portabilidad:** Surface cuenta con conectividad de última generación, como Wifi, Bluetooth y LTE, lo que permite a los usuarios trabajar en línea y conectarse a otros dispositivos y herramientas de marketing de manera fácil y rápida.

Surface de Microsoft potencia la experiencia del usuario en marketing digital a través de su diseño y portabilidad, pantalla táctil y stylus, integración de Windows, rendimiento y eficiencia energética, conectividad y portabilidad. Todo esto contribuye a brindar una experiencia de usuario excepcional en dispositivos móviles para trabajar en el marketing digital de una empresa.

Como vemos, una característica en común de los ejemplos mencionados, es la diferenciación, la cual es un factor que no debemos dejar pasar de largo cuando estamos analizando la experiencia del usuario. Los usuarios, aunque tengan experiencias similares, quieren ser diferentes. Eso es en lo que tenemos que centrarnos al potenciar experiencias.



Referencias bibliográficas

- Kotler, P. (2019). *Marketing 4.0: Del tradicional al digital*. Pearson.
- We Are Social y Hootsuite. (2021). *Digital 2021: Global Overview Report*. Recuperado de: <https://wearesocial.com/digital-2021>

