

# Estrategia de comunicación en línea enfocadas en dispositivos móviles

# Estrategia de comunicación en línea enfocadas en dispositivos móviles

La estrategia de comunicación en línea para el marketing digital emana de la mezcla de promoción, que es uno de los elementos clave de la estrategia de marketing de una empresa. Se refiere a las estrategias y tácticas utilizadas para promover y comunicar un producto o servicio específico, con el objetivo de influir en la decisión de compra del consumidor, para así aumentar las ventas. La mezcla de promoción, generalmente incluye una combinación de las siguientes herramientas de promoción:

## Publicidad

Comunicación pagada y no personal a través de medios de comunicación masivos, como televisión, radio, periódicos, revistas, publicidad en línea y otros canales, con el fin de generar conciencia de marca y promocionar el producto o servicio.

## Ventas personales

Interacción directa entre el vendedor y el cliente, ya sea en persona o a través de canales de comunicación como llamadas telefónicas o videoconferencias. El objetivo es establecer una relación personalizada con el cliente y persuadirlo para que realice la compra. Al hablar de ésta por medio de dispositivos móviles, nos estamos refiriendo a toda venta digital se refuerza con todos los elementos de e-commerce con que se disponga.

## Promoción de ventas

Ofertas especiales, descuentos, cupones, concursos, programas de lealtad, y otros incentivos temporales para incentivar la compra inmediata del producto o servicio.

## Relaciones públicas

Gestión de la comunicación y la imagen de la empresa a través de actividades como la generación de noticias, eventos de relaciones públicas, patrocinio, relaciones con la comunidad, y manejo de crisis para influir en la percepción y en la reputación de la marca.

## Marketing directo

Comunicación directa con los clientes a través de correo directo, email marketing, telemarketing, mensajes de texto, y otras formas de comunicación directa, con el objetivo de establecer una relación personalizada y promocionar el producto o servicio.

La mezcla de promoción puede variar según la industria, el mercado objetivo, el presupuesto y los objetivos de marketing de una empresa, por eso es importante seleccionar y combinar adecuadamente las herramientas de promoción, para crear una estrategia efectiva que se ajuste a las necesidades y características de la empresa, como de su mercado.

La estrategia de comunicación del marketing digital en línea enfocada en dispositivos móviles, es un plan integral que busca establecer una comunicación efectiva con los usuarios a través de dispositivos móviles, como smartphones y tablets, con el objetivo de promover un producto o servicio, generar conciencia de marca, fomentar la participación del usuario, y generar conversiones; esta estrategia se basa en aprovechar las oportunidades que ofrece el uso creciente de dispositivos móviles para acceder a internet y consumir contenido en línea, una estrategia de comunicación de marketing digital en línea enfocada en dispositivos móviles puede incluir los siguientes elementos:

### Diseño responsivo:

El sitio web o las páginas de destino deben estar diseñadas de forma responsiva, lo que significa que se adaptan automáticamente a diferentes tamaños de pantalla y dispositivos móviles, para ofrecer una experiencia de usuario óptima en cualquier dispositivo, sin cometer el error de que no se pueda abrir en un teléfono inteligente. El contenido, ya sea texto,

imágenes, videos o cualquier otro formato, debe estar adaptado para su visualización en cualquier dispositivo móvil. Esto implica asegurarse de que el contenido sea legible, de fácil navegación y con un diseño atractivo en pantallas pequeñas. Algunas páginas abren en computadoras, pero no en celulares, lo que es decepcionante para el usuario y malo para la empresa.

### Publicidad en línea:

Se pueden utilizar anuncios pagados en plataformas de publicidad en línea, como Google Ads o redes sociales, optimizados para dispositivos móviles, para promocionar el producto o servicio a través de banners, anuncios de búsqueda o anuncios en redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter o LinkedIn, para interactuar con los usuarios a través de publicaciones, anuncios y promociones adaptadas para dispositivos móviles. Esto puede incluir la creación de contenido atractivo y compartible encadenado incluso al cierre de venta, la participación en conversaciones con los usuarios, y la gestión de la reputación de la marca en redes sociales.



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.

**Email marketing:**

Se pueden enviar campañas de email marketing adaptadas para dispositivos móviles, concretamente celulares, pero que sean visibles en otros como tabletas, con contenido relevante y atractivo, para mantener una comunicación efectiva con los usuarios y promocionar el producto o servicio, es importante optimizar los correos electrónicos para dispositivos móviles, teniendo en cuenta el diseño y la legibilidad en pantallas pequeñas, pero entendiendo que un mal diseño de la campaña por correo puede generar que sea percibido como basura y ni siquiera sea abierto.

**Optimización para dispositivos móviles:**

Es esencial asegurarse de que el sitio web, las páginas de destino, los formularios y cualquier otro elemento de la estrategia de marketing digital estén optimizados para dispositivos móviles, para ofrecer una experiencia de usuario fluida, y sin problemas en estos dispositivos.

**Medición y análisis:**

Es fundamental medir, pero también analizar los resultados de la estrategia de comunicación en línea enfocada en dispositivos móviles, para identificar áreas de mejora y realizar ajustes. Se pueden utilizar herramientas de analítica web y seguimiento de campañas para evaluar la efectividad de la estrategia y tomar decisiones informadas.

Toda estrategia de comunicación de marketing debe entender que los dispositivos móviles, como smartphones, laptops y tablets, se han vuelto parte integral de nuestras vidas debido a que nos permiten acceder a internet en cualquier momento y lugar, lo que nos brinda acceso instantáneo a una amplia gama de información, servicios y recursos en tiempo real, obteniendo noticias, buscar información, acceder a redes sociales, realizar transacciones comerciales, y mucho más, de forma rápida y conveniente, lo que deriva en mantenernos conectados con otras personas en todo momento a través de llamadas, mensajes de texto, correos electrónicos, aplicaciones de mensajería y redes sociales. Nos permiten estar en contacto con amigos, familiares, colegas y clientes, lo que facilita la comunicación y la colaboración en la vida cotidiana, y en los



Adicional a lo anterior, también ofrecen una amplia gama de aplicaciones o herramientas que nos ayudan a ser más productivos en nuestra vida personal, y profesional. Podemos usar aplicaciones de productividad, como calendarios, notas, listas de tareas y aplicaciones de gestión de proyectos, que nos ayudan a organizar y gestionar nuestras actividades diarias, son fundamentales para el entretenimiento y ocio, nos brindan acceso a una gran cantidad de contenido de entretenimiento, como juegos, aplicaciones de streaming de música y video, redes sociales, lectura de noticias, entre otros; es decir, nos permiten disfrutar de momentos de relajación y distracción, así como mantenernos entretenidos durante nuestros momentos de ocio.

Estos dispositivos móviles han revolucionado la forma en que realizamos compras en línea, con aplicaciones de compras y sitios web optimizados para dispositivos móviles, podemos realizar compras en línea de forma rápida y conveniente, comparar precios, leer reseñas y hacer transacciones desde cualquier lugar y en cualquier momento. Se han vuelto altamente personalizables, permitiéndonos adaptarlos a nuestras necesidades y preferencias individuales. Podemos personalizar la pantalla de inicio, configurar notificaciones, ajustar la configuración de privacidad y seguridad, y personalizar las aplicaciones y ajustes según nuestras preferencias, lo que los hace parte integral de nuestra vida cotidiana.

Philip Kotler (2014) reconoce que los dispositivos móviles han cambiado la forma en que las empresas se comunican con los consumidores, permitiéndoles llegar a ellos de manera más personalizada y directa a través de aplicaciones móviles, notificaciones, mensajes de texto y redes sociales, destaca cómo los dispositivos móviles han creado nuevas oportunidades para la promoción y venta de productos y servicios a través de aplicaciones de compras, publicidad en línea, y programas de lealtad basados en aplicaciones móviles.

Los dispositivos móviles se han vuelto parte integral de nuestras vidas debido a su capacidad para brindarnos acceso a la información en tiempo real, facilitar la comunicación constante, ofrecer herramientas de productividad, proporcionar entretenimiento y ocio, permitir compras en línea y ofrecer opciones de personalización y adaptabilidad. Su versatilidad y conveniencia los han convertido en una parte fundamental de la forma en que nos relacionamos con el mundo en línea, y en nuestra vida cotidiana.



# Referencias bibliográficas

- Kotler, P., y Armstrong, G. (2017). *Principios de Marketing (16ª edición)*. Pearson Educación.

