



Plataforma de **Comunicación**  
para Centros Comerciales

daelinka  
Software y Comunicación





## El Consumidor...

La forma en la que los consumidores **buscan y compran** productos ha cambiado radicalmente. Este cambio ha sido motivado por las nuevas tecnologías, entre ellos Internet el medio más importante.

Ha supuesto un **fortalecimiento** de la figura del **consumidor**, que más que recibir pasivamente publicidad, es mucho **más activo** buscando entre amigos y familiares, Internet y blogs, a la hora de **investigar** sus opciones de compra.

...nos hace reconsiderar dos cosas.

1 En el proceso de **decisión de compra** del consumidor, ha tomado mucho peso la fase de evaluación activa. Si entendemos como un **touchpoint** cualquier forma en el que el consumidor puede saber más de la marca, es decir, hablar con un amigo, ver un anuncio o buscar en Internet, se habla de que los 2/3 de estos touchpoint proceden de contactos **dirigidos por el consumidor**: boca a boca, hablar con amigos y familiares, investigar en Internet. **Este es el gran cambio.**

2 ¿En qué nos tenemos que centrar las compañías para hacer los esfuerzos de marketing más productivos? Asegurarnos de que nuestras **actividades de marketing** están **alineadas** con la manera en cómo buscan y compran **mis consumidores**.

Tenemos que desarrollar formas para que la gente hable de nuestro Centro Comercial, para que se fomente el boca a boca o esté representado en páginas de internet donde la gente vaya a informarse y/o comprar. Si no tenemos suficiente presencia en este tipo de contactos dirigidos por el consumidor, cuando el consumidor esté buscando en esta fase de evaluación activa, no estaremos ahí para que nos encuentren.



La herramienta que proponemos es exactamente esto: un punto de encuentro para fomentar las relaciones entre el Centro Comercial y sus usuarios y entre sus usuarios entre sí. Una herramienta más de **Social Media** que aprovecha al máximo las características de los dispositivos móviles. El Centro Comercial, como parte de su política de atención personalizada y la búsqueda de nuevas vías de comunicación con sus clientes, implanta

esta herramienta con la idea de crear una red de usuarios y fidelizarlos, creando dependencia de su uso para estar al tanto cómodamente de todas las novedades, concursos, ofertas de última hora, etc.

**El Centro Comercial puede aprovechar el lanzamiento de dichas ofertas para realizar sus propios estudios de mercado que optimicen sus ventas (ver sección de Estadísticas y Estrategias).**

# Las infinitas posibilidades de la gestión en Tiempo Real

El sistema consta de un **panel de control** alojado en un servidor al que se accederá on-line, como se accede a una web normal, con todas las ventajas que ello conlleva. Por otra parte, una **aplicación móvil** cliente que se instala en los móviles de los usuarios.

El Centro Comercial podrá modificar, eliminar y añadir todos los contenidos que servir al cliente móvil a través del panel de control.

Los cambios de contenidos y ofertas podrán ser visualizados en **TIEMPO REAL** por el usuario de la aplicación móvil.

El sistema está ideado para poder soportar miles de usuarios de la aplicación móvil interactuando con la aplicación en el servidor al mismo tiempo.

## Geolocalización y ofertas por proximidad. Notificaciones en Tiempo Real

La aplicación instalada en el móvil, avisa al usuario, a través de una notificación, con una oferta o aviso, cuando el usuario se encuentre en las inmediaciones del Centro Comercial. El radio de acción se determina en cada caso con la dirección del Centro Comercial en función de su estrategia.

La aplicación no tiene porqué estar en funcionamiento en el móvil del usuario. Estará, desde su instalación y en todo momento, en un modo "residente" comprobando si el usuario se encuentra próximo a este ámbito. Ésta posibilidad permite gestionar ofertas con una inmediatez que no permite ningún otro recurso. Por ejemplo, se puede tener en

cuenta hasta la meteorología a la hora de lanzar ofertas.

Desde la aplicación web se podrán programar con antelación todas estas ofertas/avisos asignándoles una fecha de inicio y caducidad y mostrando el histórico de las mismas.

El administrador podrá saber con antelación al lanzamiento de este tipo de oferta el número de usuarios que hay dentro del ámbito de acción comentado y que van a recibir la oferta.

Para localizar al usuario se usarán las tecnologías GPS, WIFI y 3G. Estas tres tecnologías son todas las tecnologías disponibles de detección de un usuario a través de su dispositivo móvil.

Editar	Título	Fecha comienzo	Hora comienzo
	Chocolate con Churros	14/09/2012	02:00
	Oferta del Dia		15:30
	Hora Feliz en Restaurante		20:30
	2 x 1 en tapas		01:00
	Pantalones 2x1		01:00
	dos pares de medias de colores chillones		11:05
	Dos Cafés Gratis	23/07/2012	11:06
	Prueba 1	15/06/2012	11:06
	Prueba 2	14/06/2012	21:00
	2 x 1 en Pizzas	15/06/2012	11:16
	Segundo y Tercer par de Gafas por 1Euro!!!	23/07/2012	11:19



En el apartado de ofertas/promociones de la aplicación móvil, el usuario tiene visibles todas las ofertas y promociones disponibles en ese momento, además de las ofertas estratégicas por proximidad, o los cupones, que podrá canjear enseñándolos y validándolos delante del personal del Centro Comercial.

El usuario tiene la posibilidad de marcar estas ofertas como favoritas, ignorarlas, hacer que la aplicación se las recuerde y canjearlas. Toda

## Mis Puntos

Cualquier acción del Usuario en la aplicación es susceptible de ser controlada y recompensada con puntos de fidelización.

Por ejemplo, el canjeo de determinadas ofertas, pueden ser valorados por el Gerente del Centro Comercial con un determinado número de puntos que se irán acumulando en la cuenta del usuario y podrán ser

esta valiosa información sobre el usuario se guarda en el panel de control a disposición del administrador.

Las ofertas y promociones son administrables desde la aplicación web con posibilidad de programarlas con antelación, activarlas o desactivarlas. Desde la administración web se tendrá la posibilidad de mandar un mensaje para avisar al usuario de que una determinada oferta, promoción o cupón descuento expirará al día siguiente.

canjeados por lo que el Gerente crea conveniente en cada ocasión.

Unas contraprestaciones atractivas generarán una mayor disposición a canjear ofertas, más visitas físicas al Centro Comercial y mayor flujo de uso de la aplicación para arrojar datos estadísticos que nos indiquen análisis de conducta.



## Gestión de Tickets-Ofertas

## Ofertas de Empleo

En nuestro afán de convertir esta herramienta en un instrumento de comunicación útil entre el usuario y el Centro Comercial proponemos además que todos los operadores publiquen en esta plataforma sus ofertas de empleo.

Esta información, tan valiosa para los clientes de la zona, será seguida sin duda por los usuarios de la aplicación móvil, permitiendo que se

reenvíen las ofertas a amigos, su publicación en sus respectivos perfiles sociales, etc.

Es importante resaltar la labor social que puede llevar a cabo el Centro Comercial en su entorno creando empleo y publicándolo de esta forma. Este tipo de información genera un contexto de familiaridad entre el usuario de la aplicación y el Centro Comercial.



## Noticias, Novedades y Eventos

Del mismo modo que se envían ofertas a todos los usuarios de la aplicación, se enviarán **noticias y novedades con los eventos que se consideren oportunos** como parte de esta la estrategia de fidelización y de generar información útil y compartible por los usuarios. Actualizables en Tiempo Real como el resto de la información.

## Hablo con las tiendas

Directorio con los distintos operadores del Centro Comercial con una particularidad especial y excepcional: **La posibilidad de establecer contacto con ellos a través de la gestión de opiniones y comentarios integrados en las principales redes sociales.** La gerencia del Centro Comercial contará con su propio perfil para que los usuarios puedan transmitirle sus opiniones. Desde la administración se podrán gestionar o eliminar eventualmente cualquier comentario o usuario de los que se reciba queja o pueda resultar hiriente en algún sentido.

## Concursos y votaciones

Con un sencillo esquema de **plantilla pregunta-respuesta** se podrán idear distintos concursos o encuestas **que inviten al usuario a visitar el Centro Comercial**, para poder responder a dichas preguntas y optar así a los beneficios que se planteen. También se pueden asociar puntos a la participación en los mismos.



## Estadísticas y Estrategias

La aplicación móvil dotará a la dirección del Centro Comercial de valiosos datos estadísticos de los usuarios derivados del uso y disfrute de la aplicación que permitirán a la dirección **corregir o modificar las estrategias llevadas a cabo.**

La Plataforma permite, a través de las estadísticas que arroja, conocer nuestro target. Sólo conociendo nuestro target podremos ver cómo llamar mejor su atención. Quiénes son y dónde están, qué les gusta, cuánto les gusta lo que les gusta, etc, lo vamos a saber a ciencia cierta con esta herramienta.

Algunos ejemplos, entre otros, pueden ser:

- **Número de usuarios que se han descargado la aplicación.**
- **Qué secciones de la aplicación son las más visitadas.**
- **Tiempo que transcurre desde que el usuario recibe la oferta/cupón y la disfruta/canjea.**
- **Impacto social de la aplicación: Medición de los comentarios sobre los establecimientos del Centro Comercial.**

- **Qué Ofertas son canjeadas, marcadas como favoritas, ignoradas, etc.**
- **Días de mayor calado de las ofertas.**
- **Número de usuarios de la aplicación que se encuentra en el radio de influencia de las ofertas por proximidad.**
- **Usuarios en el Centro según día de la semana.**
- **Usuarios en el Centro según hora del día.**
- **Número de visitas de un mismo Usuario en un determinado periodo de tiempo.**

En definitiva: **todas las acciones de los usuarios en la aplicación presentados en sencillos gráficos con la posibilidad de exportarlos en tablas de Excel.**

En la parte de administración o Panel de Control habrá una zona especial para dejar sugerencias e iremos implementando a petición de la Gerencia, por ej. peticiones de generación de un determinado gráfico estadístico ya que las posibilidades son muchas.



*y ahora... invita a un café!*

Para implantar con éxito el sistema no hace falta más que **seguir las mismas estrategias** que se plantean para, por ejemplo, dar a conocer el perfil del Centro Comercial en una **red social** cualquiera. Hay que conseguir que los usuarios se bajen la aplicación móvil de sus respectivas App Stores y comiencen a disfrutar de ella. Una contraprestación inmediata, como puede ser un **café 2x1**, puede ayudar mucho!

Es importante para el éxito de la aplicación que el usuario se sienta recompensado de alguna forma por su uso y sienta la satisfacción y privilegio de pertenecer a la red de usuarios de dicha aplicación. Si la información que damos a nuestro usuario es además de calidad fomentaremos la viralidad.



**Mailing**

Ruedas de Prensa

**Cartelería, banderolas, catálogos...**

Megafonía

**Boca a Boca**

Cajeras del súper

**Facebook**

**Audiovisuales en el Centro Comercial**

Sin apenas inversión y con algo de imaginación, se puede conseguir tener en pocos meses un número de usuarios importante. Poco a poco el reto es **hacer crecer y mantener** esta comunidad de usuarios, creando interés por la aplicación móvil a través de la comunicación de **ofertas, canjeo de cupones, generación de concursos y sorteos, ofertas de empleo...** y todos aquellos contenidos que generen viralidad.



**¡Comprueba cómo funciona!**

Contacta con nosotros, nos citamos y te enseñamos una demo sin compromiso.

617 42 72 91

[info@daelinka.com](mailto:info@daelinka.com)

[www.daelinka.com](http://www.daelinka.com)