

# Mobile Commerce

Miguel Salazar Kovaleff

[msalazar@attachmedia.com](mailto:msalazar@attachmedia.com)

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

04 de julio de 2018

Lima, Perú

# Contenido:

- Están pasando cosas
- ¿Nuevo comportamiento del consumidor?
- ¿Qué es Mobile Commerce?
- Entendiendo el mundo mobile
- Herramientas a tener en cuenta



## Mobile Commerce

MBA. Miguel Angel Salazar Kovaleff

<http://blog.attachmedia.com>

@attachmedia

Están pasando cosas



Hoy 4 de julio de 2018, me llegó este video por whatsapp



A esta hora, ya lo viste seguro

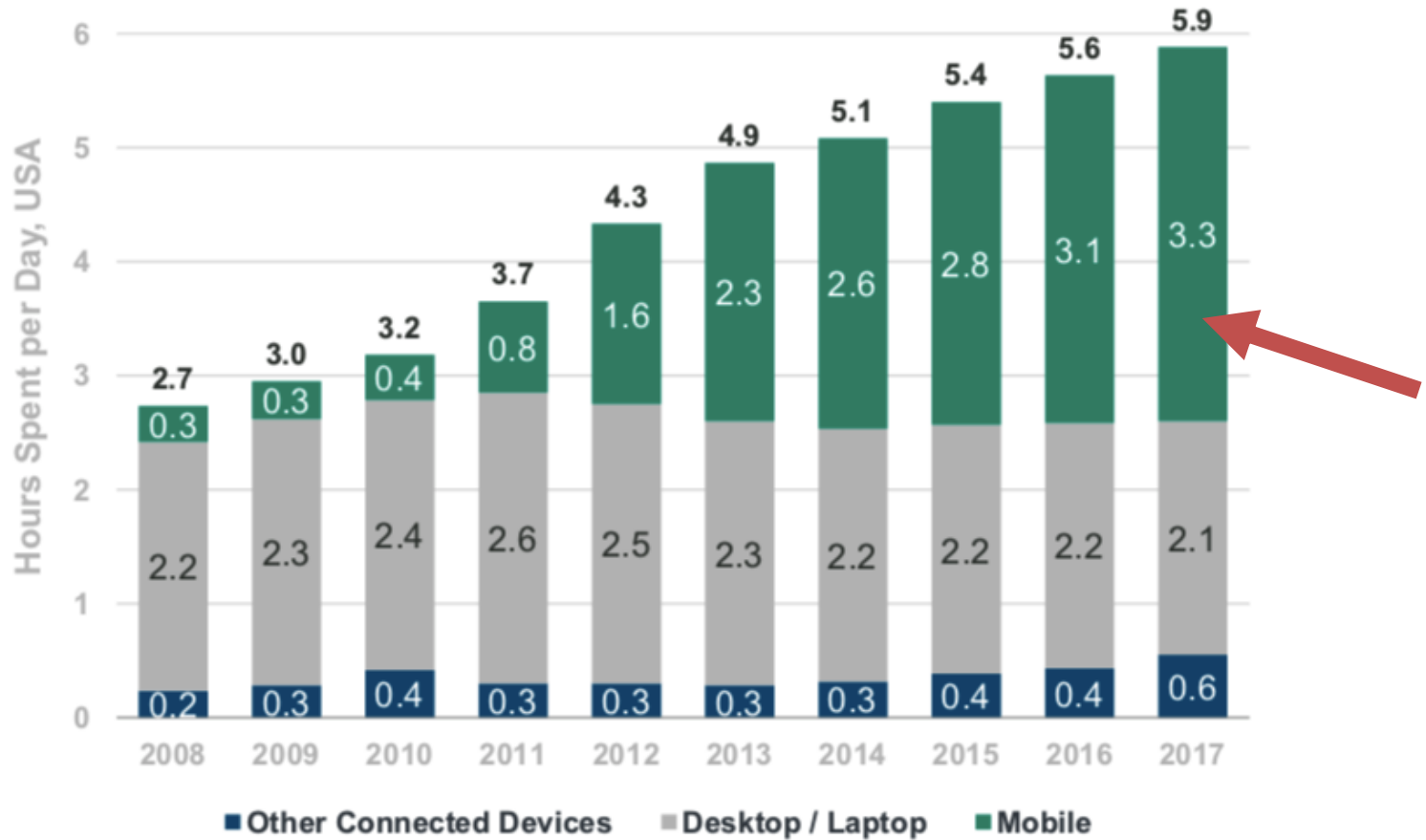
Estamos muy conectados

3.6

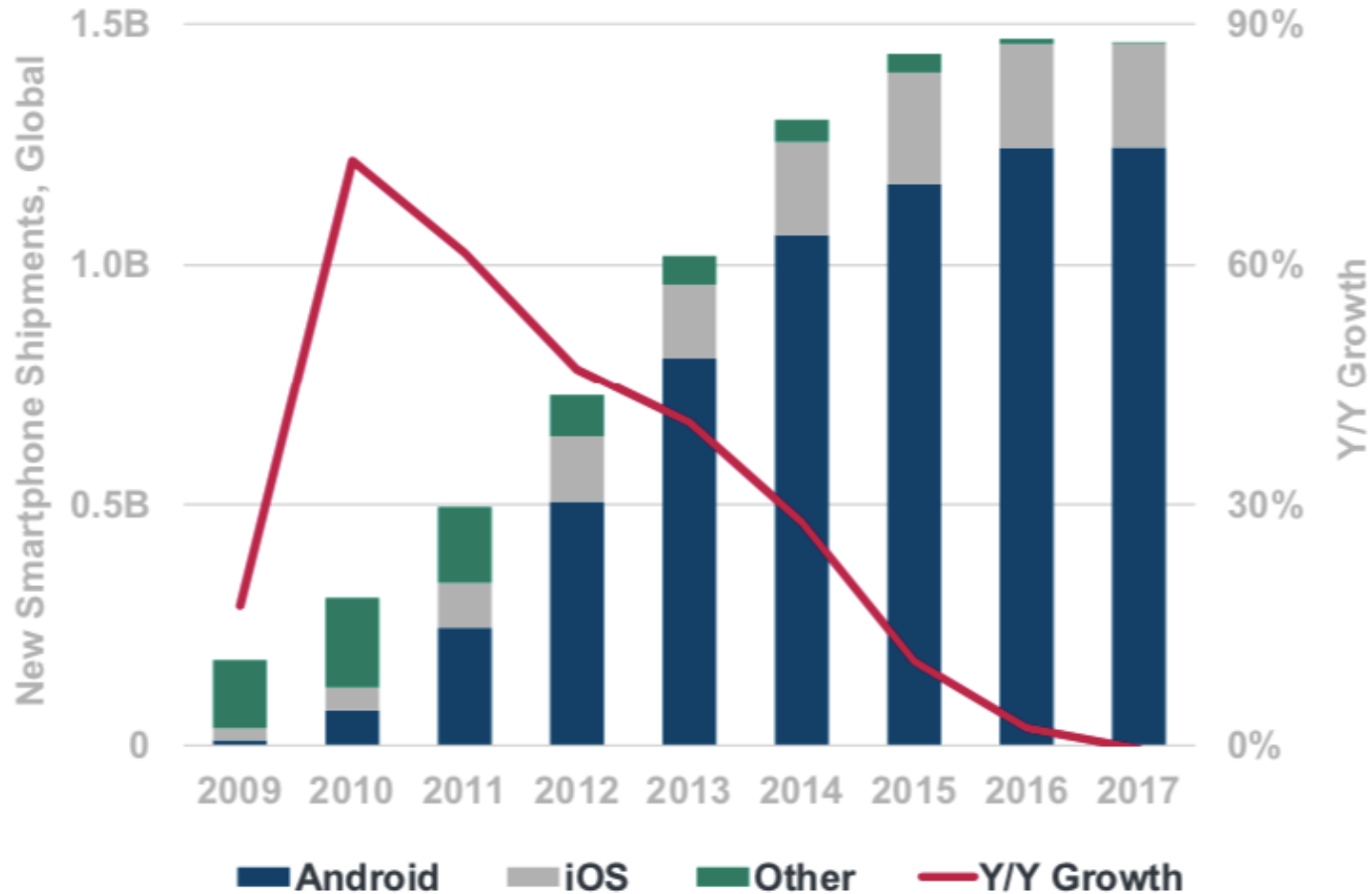
Billions

Usuarios > 50% de la población

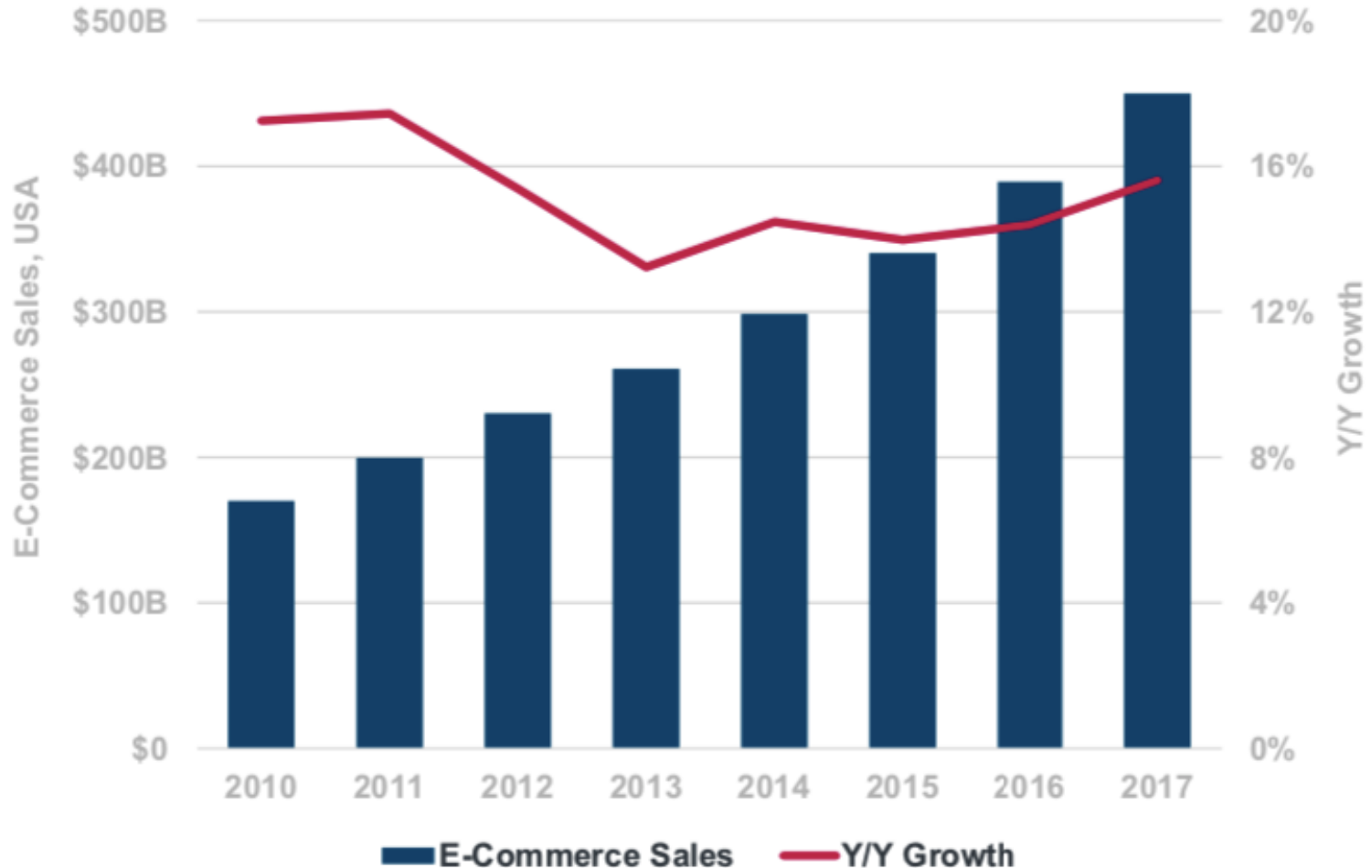
# Aumenta el número horas de uso de medios digitales



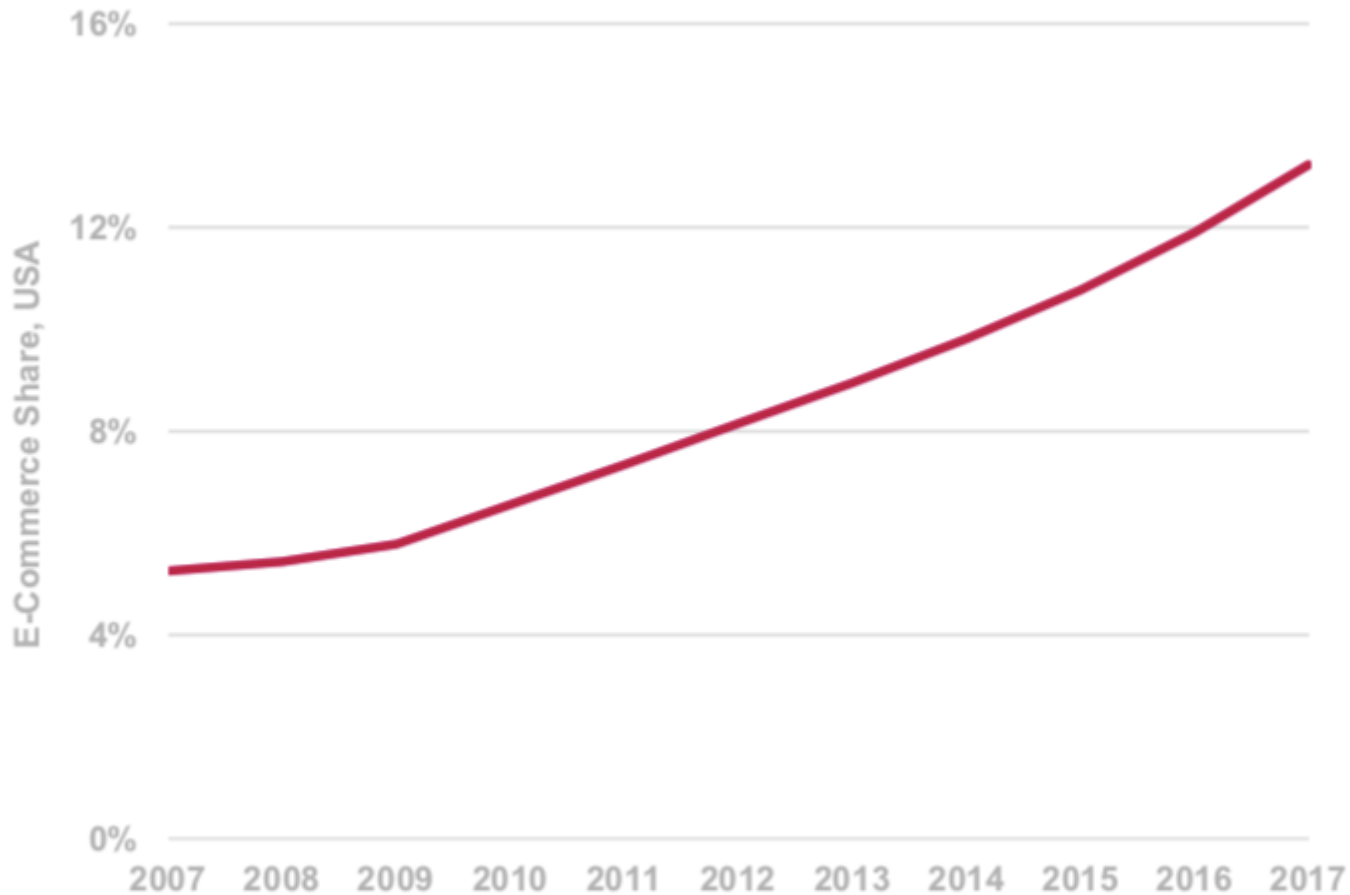
# Aunque no está creciendo la cantidad de celulares distribuidas



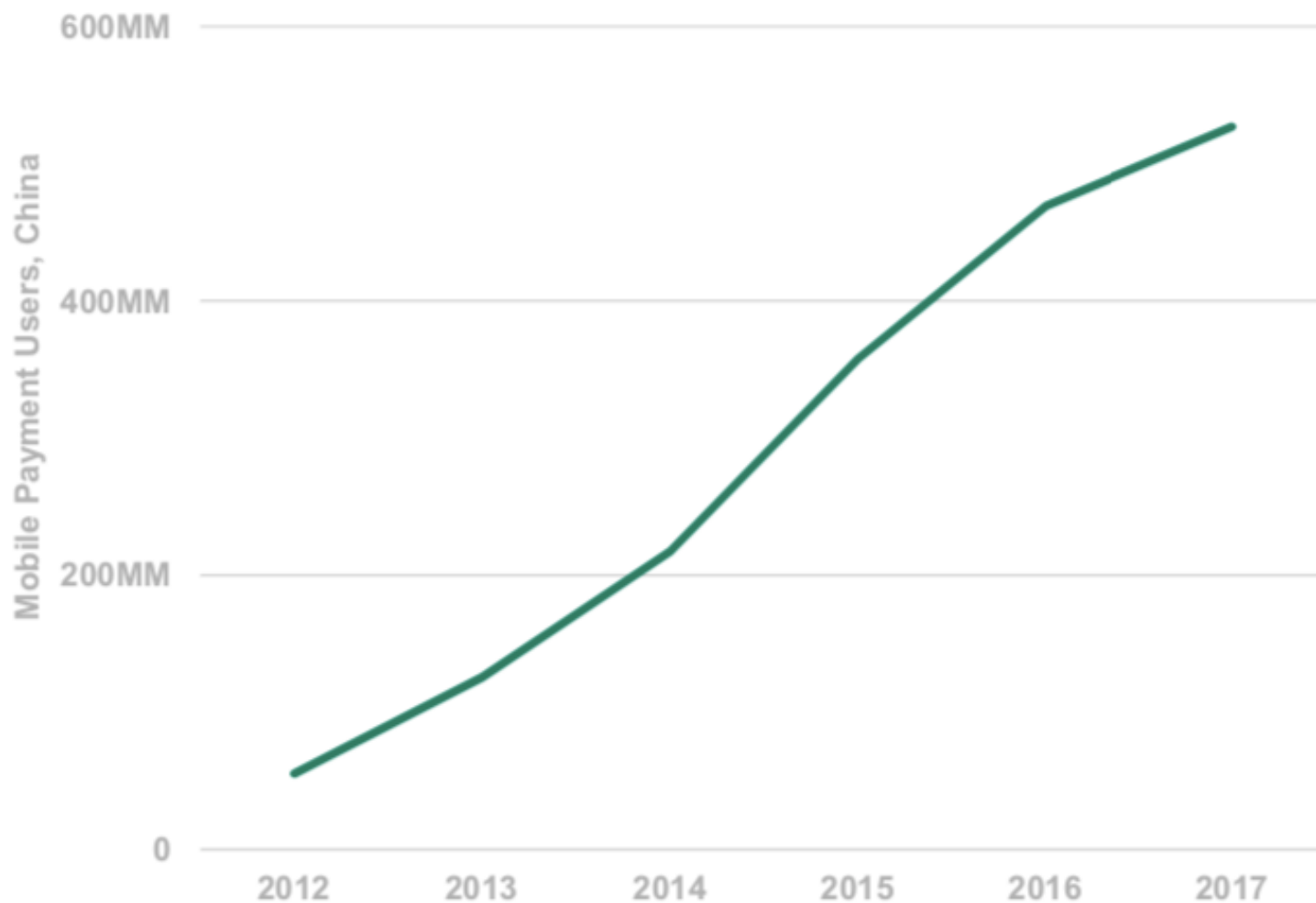
# Las ventas e-commerce si



# Sigue creciendo respecto ecommerce respecto a la venta retail



# Mobile Payments hasta en la china



# China vs USA

## Alibaba

\$509B = Market Capitalization  
 \$701B = GMV(E) +29% Y/Y  
 \$34B = Revenue +31% Y/Y  
 60% = Gross Margin  
 \$14B = Free Cash Flow  
 8% = Non-China Revenue as % of Total\*\*

## Amazon

\$783B = Market Capitalization  
 \$225B = GMV(E) +25% Y/Y  
 \$178B = Revenue +31% Y/Y  
 37% = Gross Margin  
 \$4B = Free Cash Flow  
 31% = Non-USA Revenue as % of Total\*\*

Tmall / Taobao / AliExpress / Lazada / Alibaba.com / 1688.com / Juhuasuan / Daraz	<b>Online Marketplace</b>	Amazon.com
Intime / Suning* / Hema	<b>Physical Retail</b>	Whole Foods / Amazon Go / Amazonbooks
Ant Financial* / Paytm*	<b>Payments</b>	Amazon Payments
Youku / UCWeb / Alisports / Alibaba Music / Damai / Alibaba Pictures*	<b>Digital Entertainment</b>	Amazon Video / Amazon Music / Twitch / Amazon Game Studios / Audible
Ele.Me (Local) / Koubei (Local) / Alimama / (Marketing) / Cainiao (Logistics) / Autonavi (Mapping) / Tmall Genie (IoT)	<b>Other</b>	Alexa (IoT) / Ring (IoT) / Kindle + Fire Devices (Hardware)
Alibaba Cloud	<b>Cloud Platform</b>	Amazon Web Services (AWS)

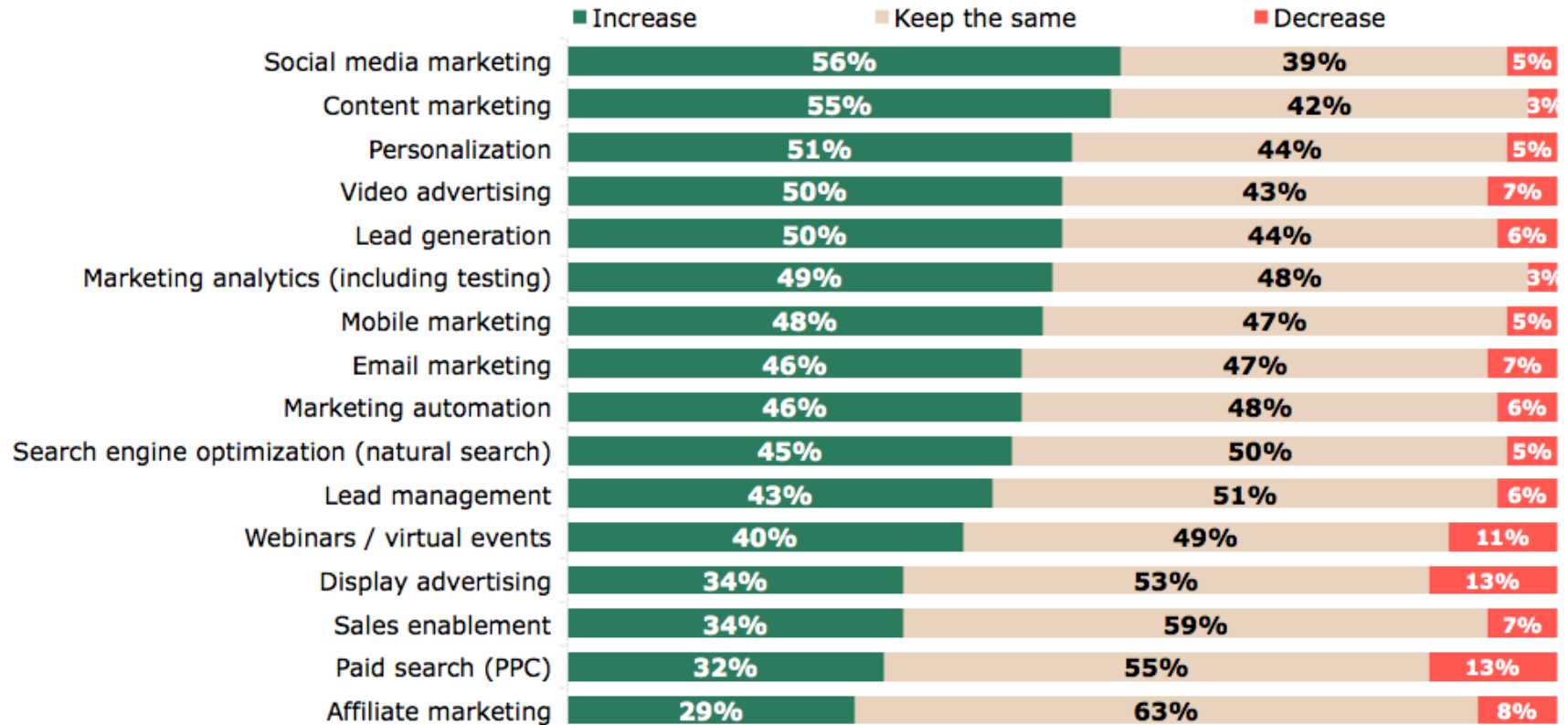
# Y los marketers ya priorizan digital



## 2017 Digital Marketing Budget Plans

based on responses from 3,347 company marketing professionals around the world

February 2017



# Las empresas van evolucionando

1997...2000

2018

AdWords

Google Home Ordering

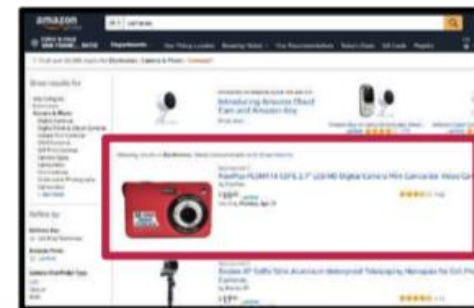
Google



1-Click Checkout

Sponsored Products

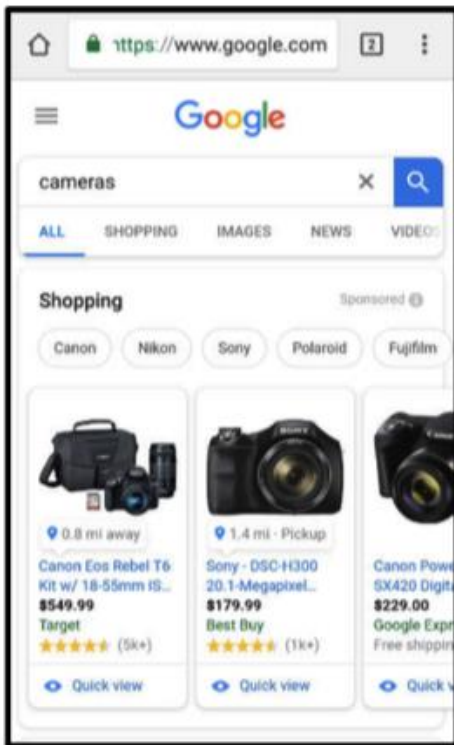
Amazon



# Los grandes ya “juegan” en mobile

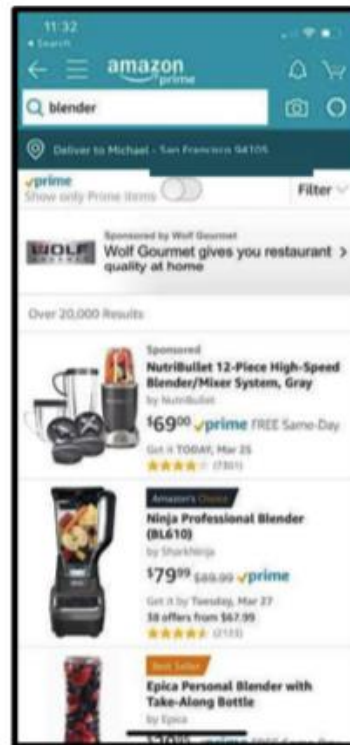
## Google

3x = Engagement Increase  
For Top Mobile Product Listing Ad\*



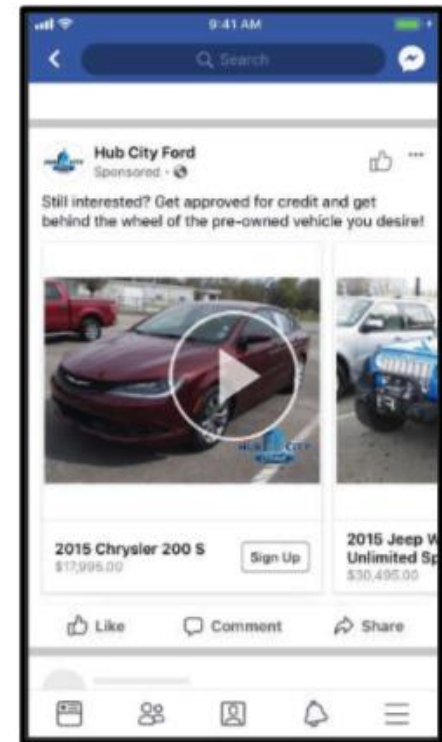
## Amazon

\$4B +42% Y/Y =  
Ad Revenue



## Facebook

>80MM +23% Y/Y =  
SMBs with Pages



# APLICACIONES DE SERVICIO DE TAXI QUE OPERAN EN LIMA



Al menos diez firmas operan en Lima. Cabify estima que el rubro de 'apps' para pedir taxis crece en tres dígitos y seguirá así hasta el 2016.

## Uber



Proporciona a sus clientes una red de transporte, a través de su aplicación que conecta los pasajeros con los conductores de vehículos registrados en su servicio.  
Google Play / App Store

## Cabify



Cabify ofrece un servicio que reemplaza vehículos particulares y flotas de empresas.  
Google Play / App Store

## EasyTaxi



La aplicación conecta a los pasajeros y conductores, de forma fácil, rápida y segura.  
Google Play / App Store

## Tappsi



Tappsi es la aplicación para solicitar taxis más usada en Colombia  
Google Play / App Store

## Satelital



Presta servicio de despacho automatizado de taxis mediante una plataforma de última tecnología satelital.  
Google Play / App Store

## Pide1Taxi



Empresa peruana con un concepto europeo. Se hacen responsables de entregar un servicio profesional, seguro y cómodo.  
Google Play / App Store

## Taxibeat



Taxibeat conecta miles de pasajeros con conductores profesionales que se encuentran cerca y disponibles.  
Google Play / App Store

## TaxiTel



Es una empresa que presta servicios de despacho automatizado de taxis mediante la aplicación taxitel.  
Google Play / App Store

## Taxi directo

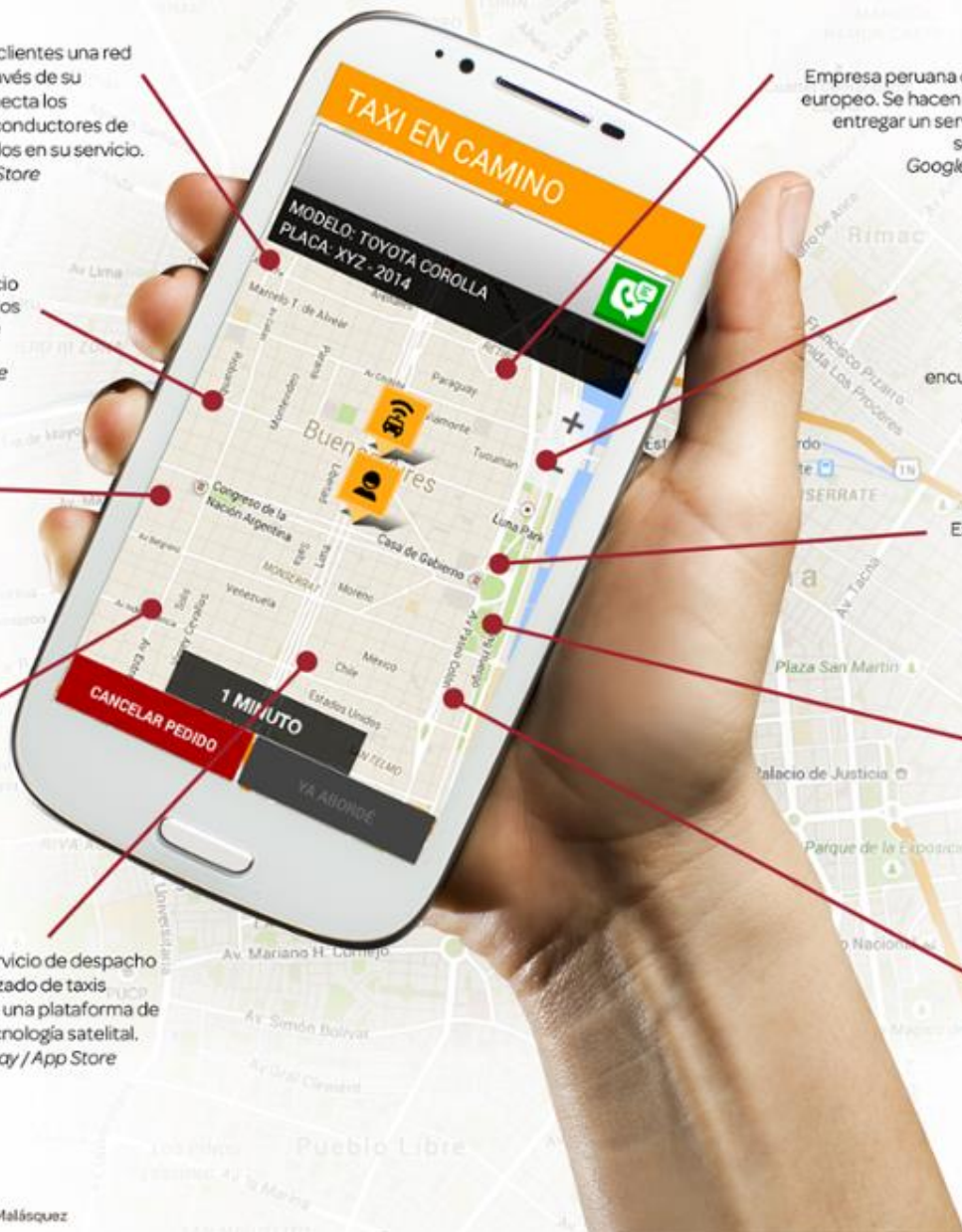


Es una empresa dedicada exclusivamente al servicio de transporte de pasajeros y mensajería.  
Google Play / App Store

## Smart Taxi



Primera empresa peruana en ofrecer una aplicación para solicitar el servicio de taxi.  
Google Play





¿Nuevo comportamiento online?

# Micromomentos



<https://www.youtube.com/watch?v=GG7-VmggxLs>

# ¿Qué es Mobile Commerce?

- Es el uso de dispositivos portátiles inalámbricos, como teléfonos celulares y computadoras portátiles, para realizar transacciones comerciales en línea.
- Las transacciones de comercio móvil continúan creciendo, y el término incluye la compra y venta de una amplia gama de productos y servicios, como la banca en línea, el pago de facturas y la entrega de información.

# ¿Es diferente a e-commerce?

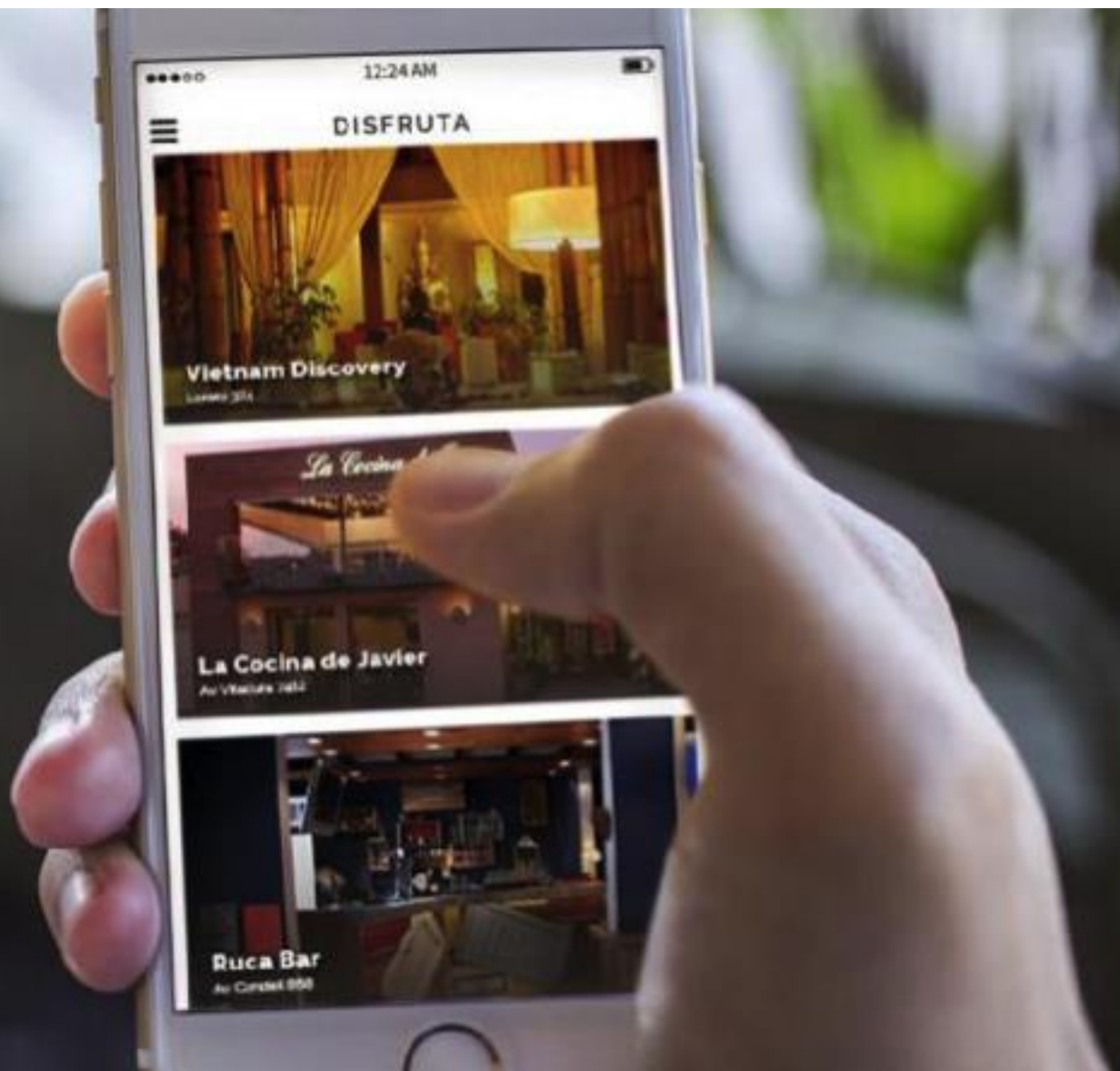
- No, es la evolución del ecommerce sobre dispositivos móviles



Pensemos en que hacemos a menudo  
últimamente







•••••

12:24 AM



DISFRUTA



**Vietnam Discovery**

Luzuri 304



**La Cocina de Javier**

Av. Vitacura 7612



**Ruca Bar**

Av. Cordillera 850



**WhatsApp Messenger**  
Version 2.16.13



© 2010-2016 WhatsApp Inc.  
All rights reserved.

**LICENSES**



¡Felicitaciones!



Se aprobó tu pago

Detalle de operación



Pago de servicios



Dinero en mi cuenta

Volver a Mi cuenta

# Actividades

- Tickets aéreos o entradas para espectáculos
- Consumo de contenido digital
- Mobile Banking
- Pagos desde la app móvil
- Transferencia de dinero
- Servicios de localización
- Cupones, puntos bonus
- Tomar el taxi
- Pedirle a un asistente que te diga por donde manejar

# También los podemos agrupar

- Mobile shopping ( compras )
- Mobile Banking ( banca )
- Mobile payments ( pagos )

# Principal ventaja

- Donde estés y cuando lo necesites hacer y cuando quieras

# Beneficios al considerar mobile commerce como estrategia

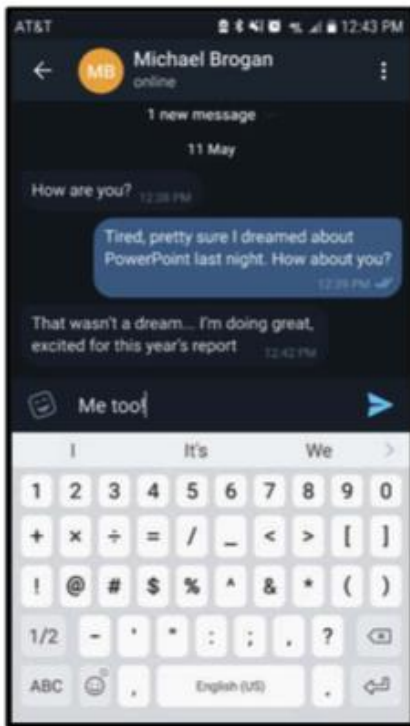
- Mejora la experiencia de los consumidores: realidad aumentada, chatbots, chat
- Oferta y demanda creciente (“todos” lo usan)
- Ofrece una verdadera experiencia omnichannel
- Nuevas formas de hacer pagos por móvil

# Piensa un momento

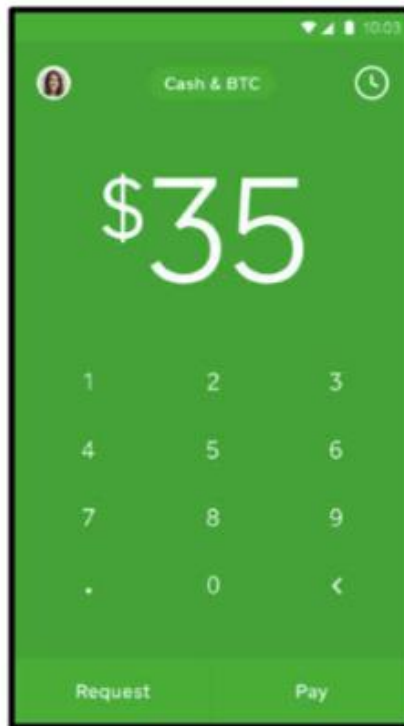
- Que dispositivo usas todo el día
- ¿Te da acceso a lo que necesitas?
- Las aplicaciones que tienes allí son fáciles de usar
- Puedes pagar desde allí servicios
- Tiene servicios que puedes usar donde estés
- Comunicación total , mensajes incluidos
- También puedes ver videos
- Ahora entiende lo que le dices
- Ahora pues brindar un servicio personalizado
- Dispositivos móviles
- Acceso a internet
- Simplicidad
- Payments
- Local
- Messaging
- Video
- Voz
- Personalización

# Simplicidad

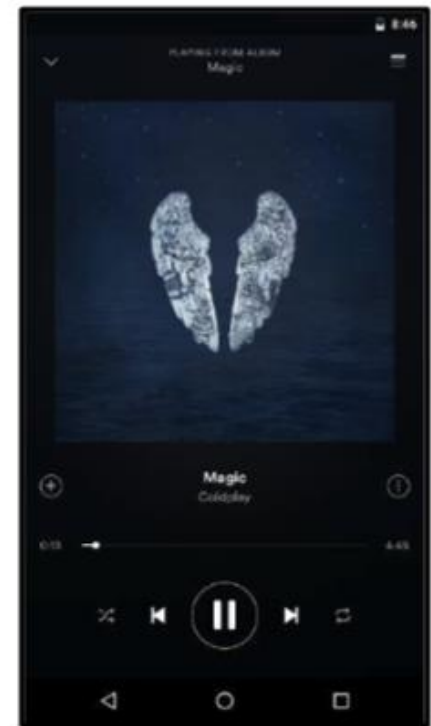
## Messaging Telegram



## Commerce Square Cash



## Media Spotify



# Personalización

**2.2B**  
Facebooks

**200MM**  
Pinterests

**170MM**  
Spotifys

**125MM**  
Netflixes

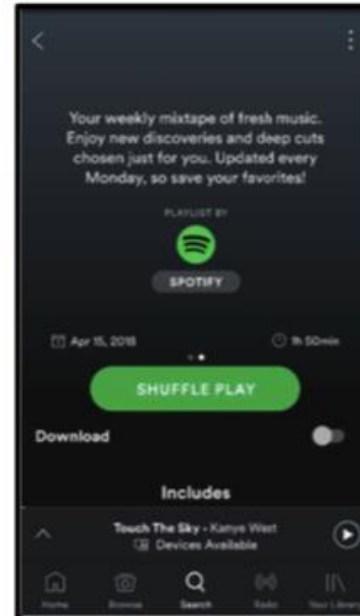
*Newsfeed*



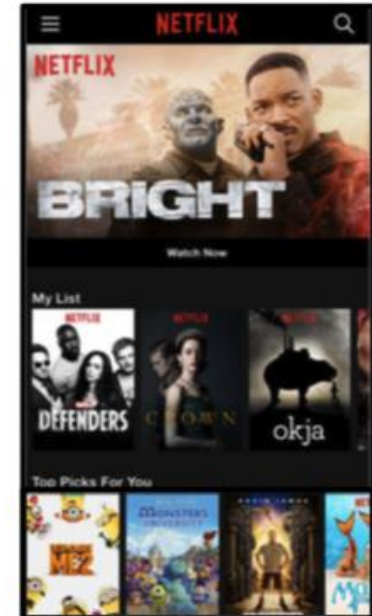
*Discovery*



*Music*



*Video*



# No solo sobre servicios online

## Instacart

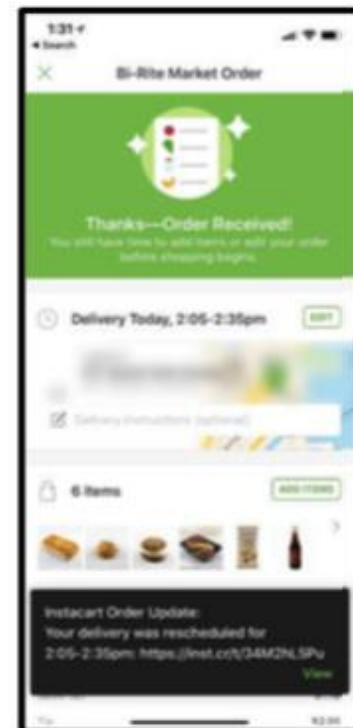
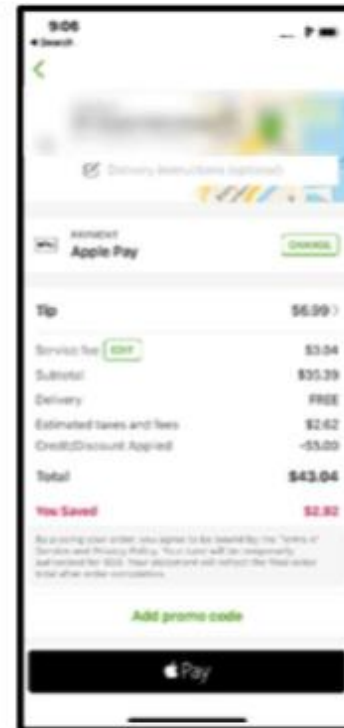
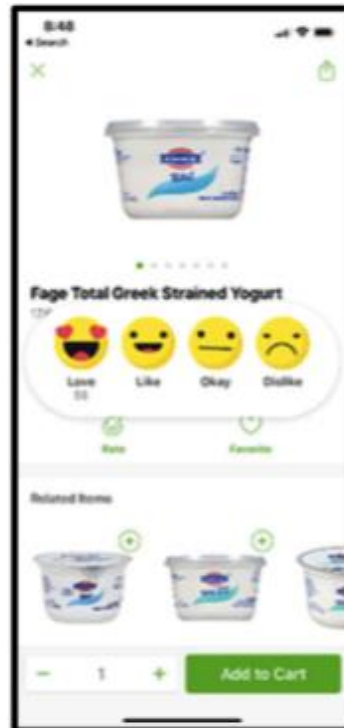
Find  
Local Store

Explore  
Custom Savings

View + Share  
Recommendations

Pay  
Seamlessly

Update



# Pero el Driver actual es Data



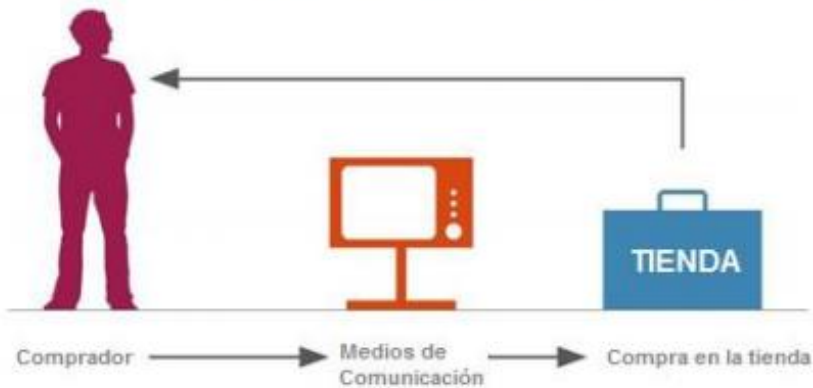
1890s - 1940s	1940s - 1990s	1990s - 2010s	2010s - ...
<b>Demographic</b>	<b>Brand</b>	<b>Utility</b>	<b>Data</b>
Catalogs	Department Stores / Malls	E-Commerce – Transactional	E-Commerce – Personalized
Limited product selection + shopping moments	Rising product selection + shopping moments	Massive product selection + 24x7 shopping moments	Curated product discovery + 24x7 recommendations
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sears Roebuck</li> <li>• Montgomery Ward</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Macy's</li> <li>• GAP</li> <li>• Nike</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amazon</li> <li>• eBay</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amazon</li> <li>• Facebook</li> <li>• Stitch Fix</li> </ul>

Entendiendo el mundo mobile (digital)

# Muchas veces, la búsqueda sucede antes del primer contacto

Los usuarios de Internet interactúan con varias fuentes...

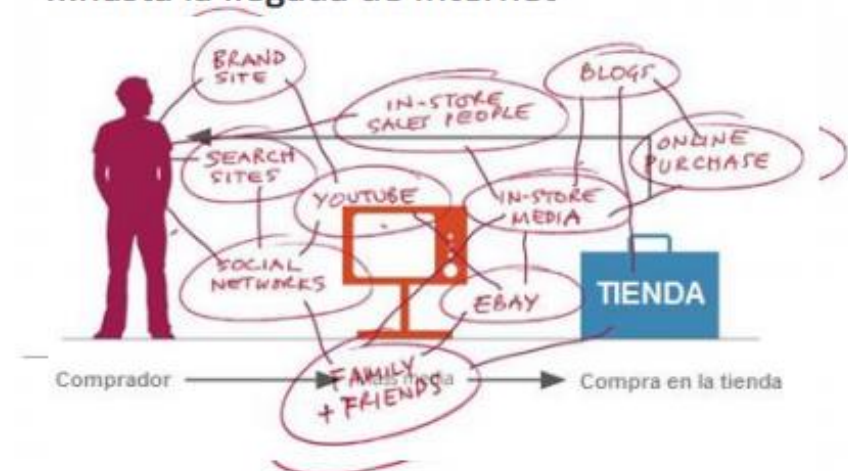
Influencian el comportamiento de compra, el cual solía ser muy simple...



Unos 120 impactos

De 3 a 6 impactos

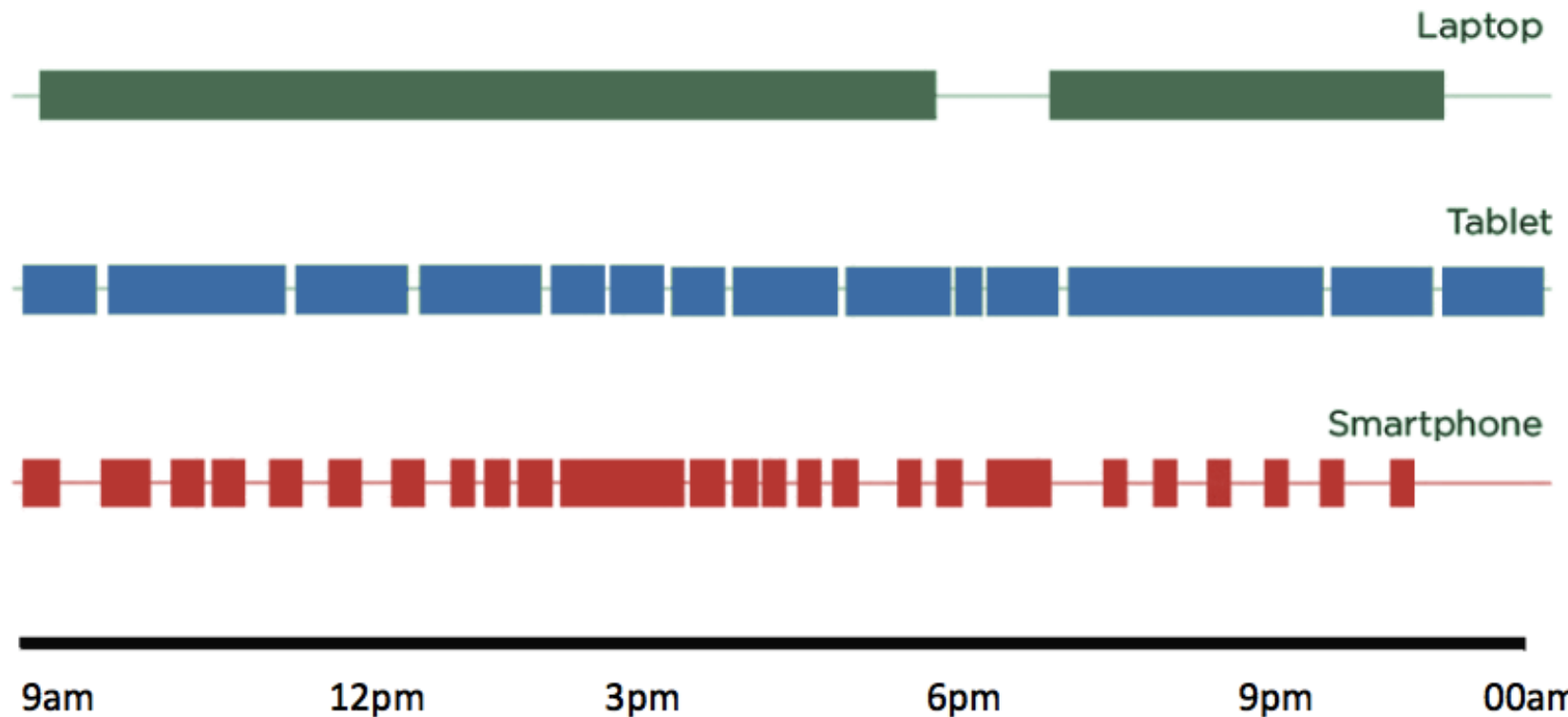
...hasta la llegada de Internet



El proceso de compra no es lineal o pasivo. Gracias a Internet, los compradores pueden buscar información y recomendaciones de forma activa y sencilla en una amplia variedad de fuentes.

# Frecuencia de uso de los dispositivos

Frecuencia de uso





96%

En casa



80%

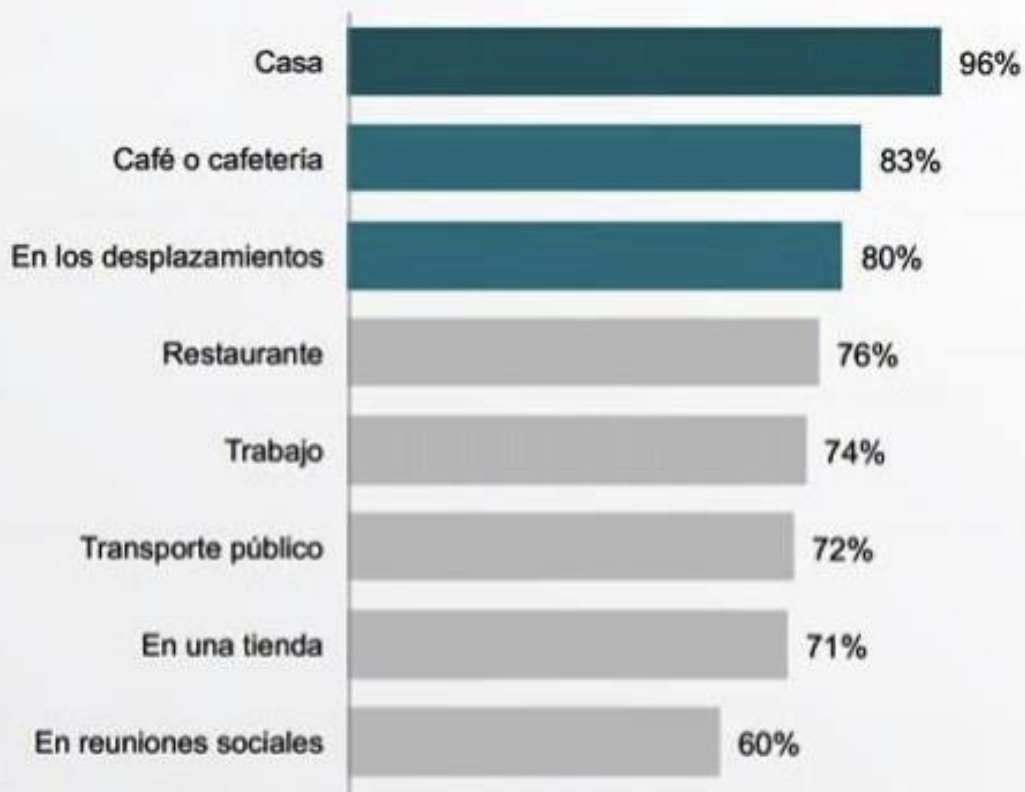
En los desplazamientos



83%

En los cafés

## Lugares de uso



# Usa mobile

## Actividades sociales

- Chatear/Mensajes instantáneos
- Redes sociales
- Correo electrónico
- Llamadas por WhatsApp/Skype
- Comentar lo que veo en TV

## Actividades consultivas

- Consultar noticias
- Consultar el tiempo
- Temas de salud o bienestar
- Clicar en publicidad
- Guías, viajes y transporte
- Consulta sobre productos o servicios

## Actividades lúdicas

- Escuchar música/radio
- Juegos
- Ver Vídeos
- Consultar deportes
- Blogs
- Contenidos de TV
- Series/Películas de acceso exclusivo online

## Actividades funcionales

- Utilidades de mi dispositivo
- Bancas y finanzas
- Comprar productos / canjear cupones
- Comida a domicilio / Reservar en restaurantes
- Consumir servicios

# En España por ejemplo



Como María,  
hay un **21%**  
**de**  
**usuarios.**

Además, dispone de **OTROS  
DISPOSITIVOS**



**Portátil**



**Smart TV**



**Tablet**



**Consola**



**Sobremesa**

**La mayoría, los utiliza a diario (>45%), a excepción de su consola, la cual prefiere utilizar en fin de semana (43%)**



Tiene entre **18 y 45 años**

Tiene un **Samsung** (31%), aunque también le gustan mucho el **iPhone** (25%).

Lo utiliza:

**Más de 4h al día** para conectarse a internet.

## APLICACIONES

**36**

**Instaladas**

**32**

**Que utiliza habitualmente**

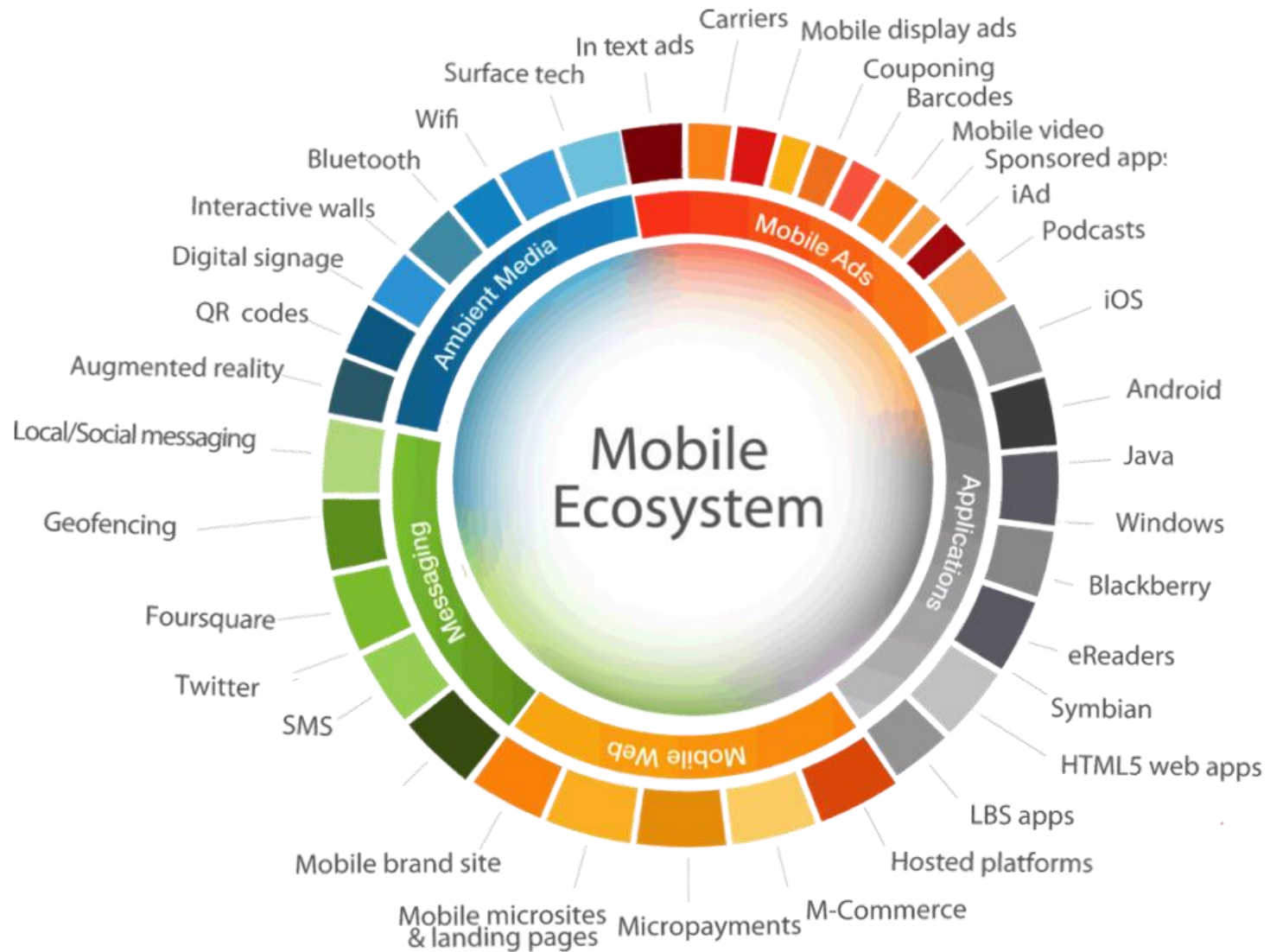
**5**

**Nuevas descargadas cada mes**

## USO DEL MÓVIL

Con su móvil hace de todo, pero lo que más le gusta son las **actividades sociales** (92%), aunque también **escucha música, ve vídeos, juega...** (80% actividades lúdicas). **Consulta** cosas (80%) y realiza actividades funcionales (65%).

# Es un ecosistema



# Desktop + Mobile , 2 formas complementarias de acercarse al consumidor en digital

## Desktop

- Pantalla más grande
- Escribir es más fácil
- Se realizan tareas más complejas ( excel, proyección de ventas )
- Multitarea

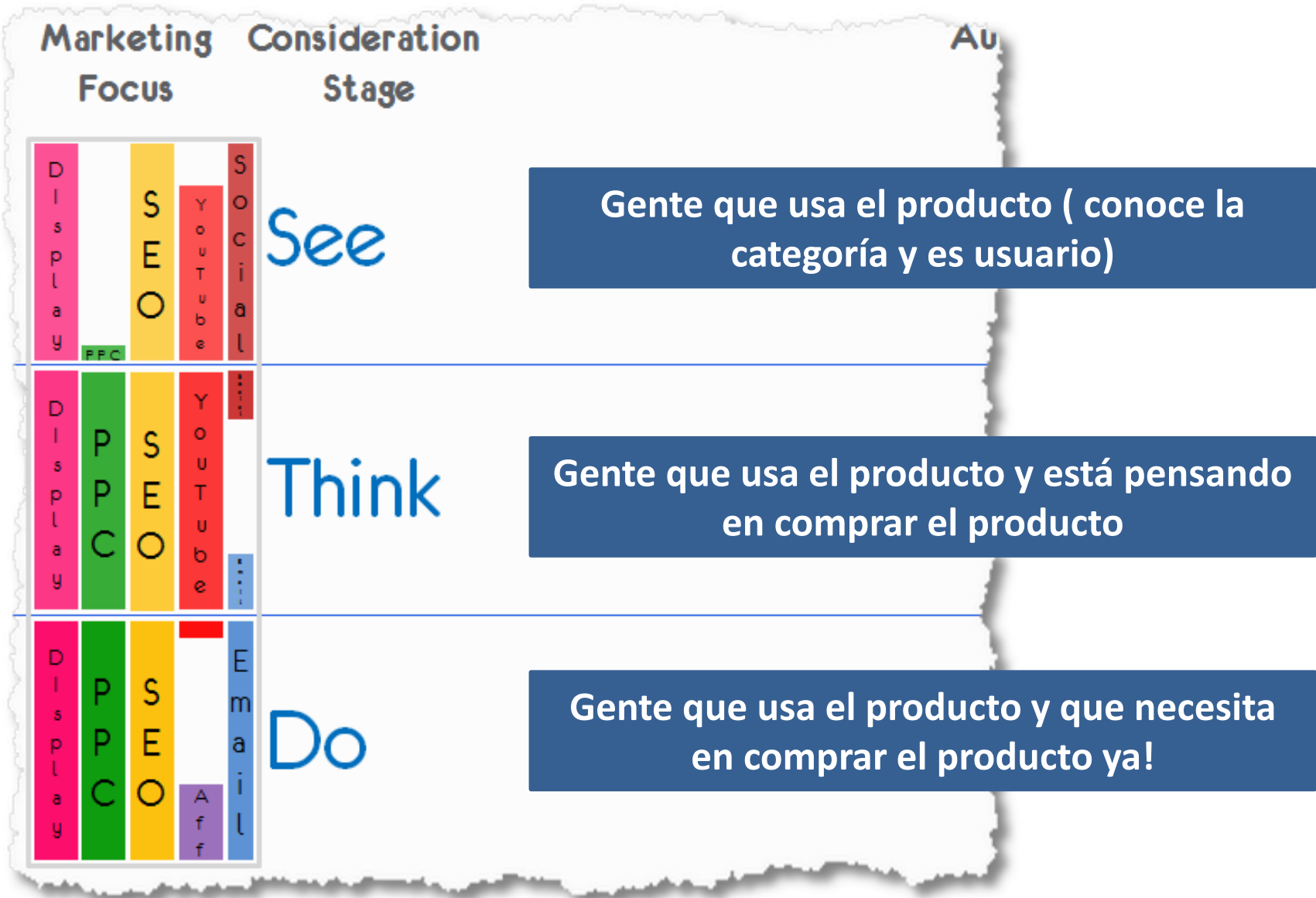
## Mobile

- Transportable
- Interacción directa
- Prioriza contenido
- Mayor capacidad en contextos de uso ( sonido, vibración, gps, video cámara, conexión bluetooth, scanner)

Herramientas

# Entiende las fases del usuario

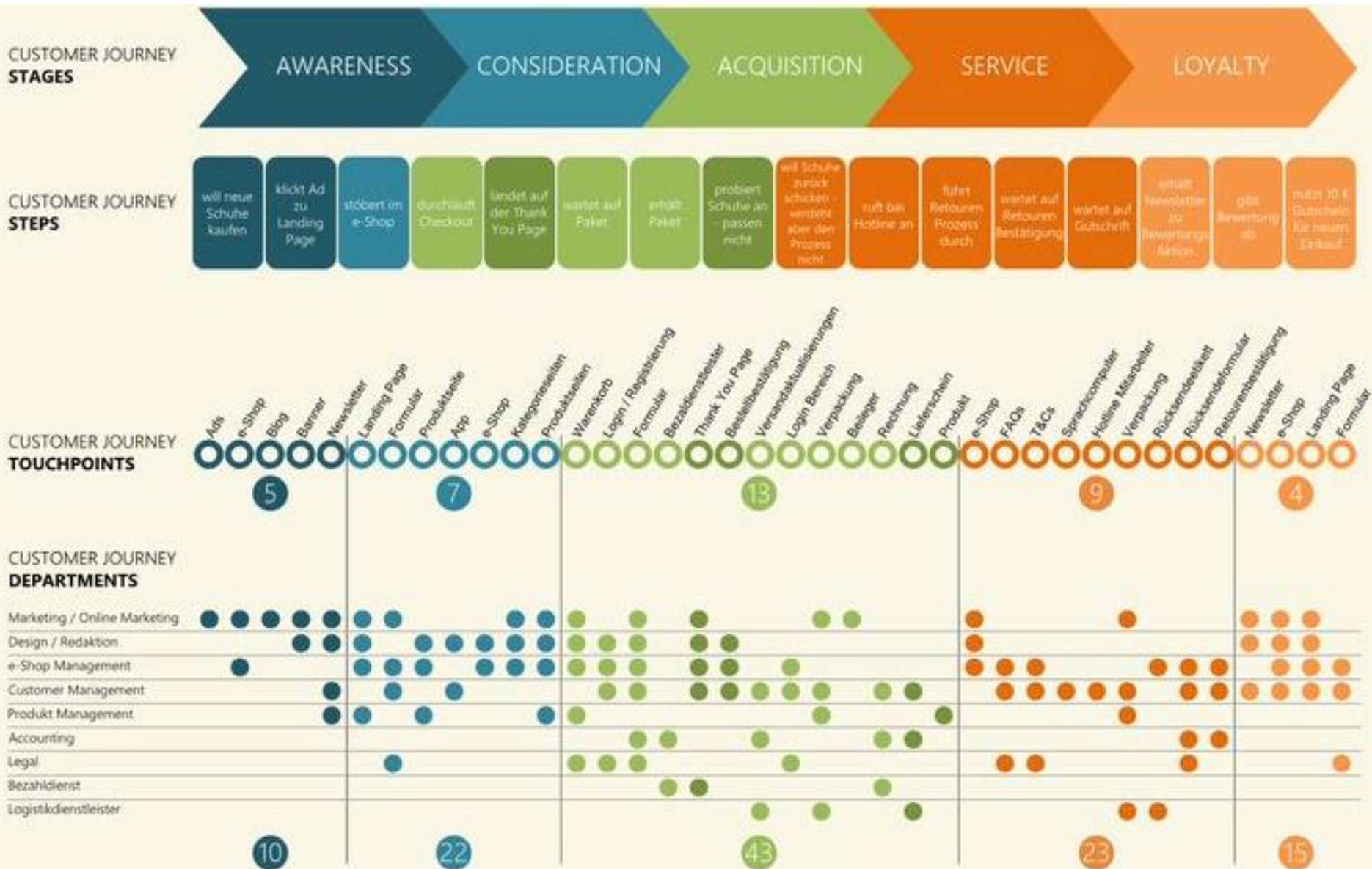
See – Think - Do



# Ejemplo Mercado Celulares

Fase de consideración	Caso	Algunas acciones
See	Es un usuarios de smartphones de diversas marcas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Leen noticias sobre nuevos lanzamiento</li><li>• Navega por Redes Sociales y se detienen a ver info de celulares</li><li>• Buscan información sobre sus celulares actuales</li></ul>
Think	Su celular ya tiene un tiempo y cree que debe renovar equipo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Busca información de equipos similares</li><li>• Busca detalles del último dispositivo de la marca</li><li>• Habla con sus amigos sobre cual debe ser su siguiente compra</li><li>• Compara precios y calidad de equipos en venta en el mercado</li><li>• Está atento a los lanzamientos de equipo</li></ul>
Do	Se le olvidó el celular el viernes de regreso a casa en un taxi	<ul style="list-style-type: none"><li>• Busca para comprar de inmediato un nuevo celular al mejor precio posible y de entrega más inmediata . Lo necesita ya!</li></ul>
Care	Un cliente que se acaba de comprar un celular	<ul style="list-style-type: none"><li>• Busca info para sacarle provecho a su celular</li><li>• Se malogró el dispositivo y necesita reparación</li><li>• Su celular ya no funciona correctamente</li></ul>

# Mapea todo el "tour" del cliente



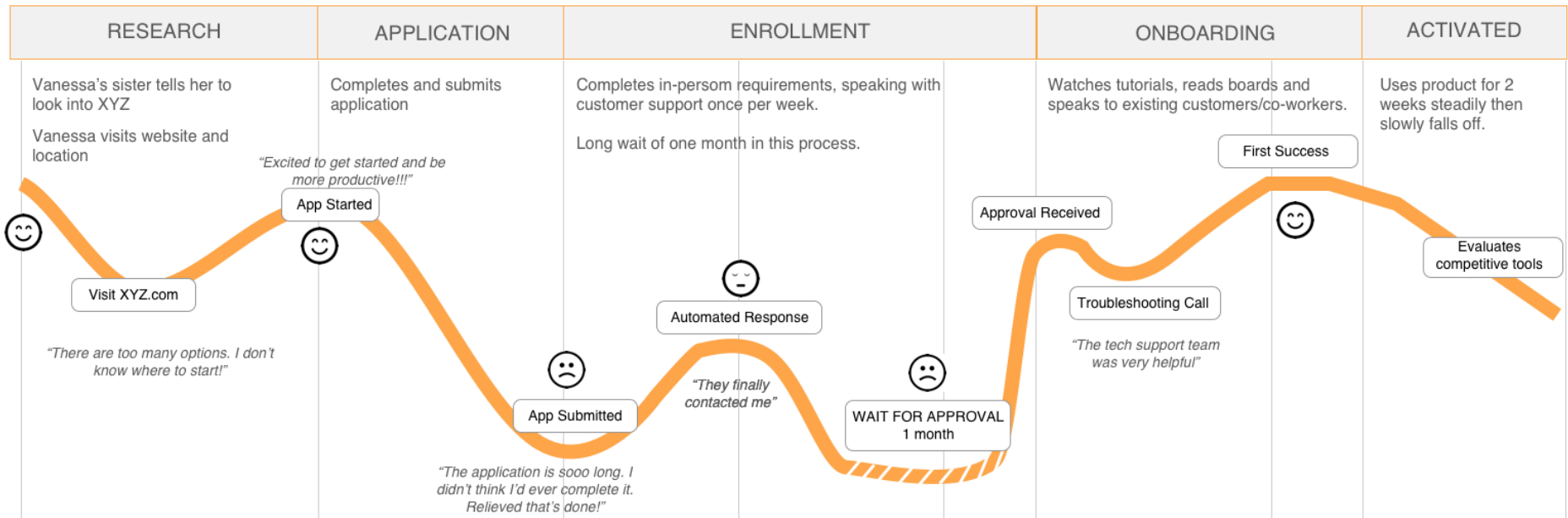
# Y entiéndelo

## Customer Journey Map



Vanessa Smith

<p><b>Persona Details</b></p> <p>Bio of key attitudes and behaviors</p>	<p><b>Scope Summary</b></p> <p>Detail the scope of the journey being detailed below</p>	<p><b>Goals</b></p> <p>List the motivations driving this particular persona within the scope detailed</p>
---	---	---



### Opportunities

Improve information on website and customer service.

Streamline process. Reduce steps and take online.

Reduce wait time by optimizing internal processes. Improve wait communications.

Accelerate time to get to first successful goal.

Improve the contextual help and cues for taking next steps.

# Y entiende los micromomentos



## Momentos "quiero saber"

**65%**  
de los consumidores  
buscan más  
información online  
ahora vs años  
anteriores.

**66%**  
de los usuarios de  
Smartphone usan  
sus teléfonos para  
buscar cosas que  
ven en los  
comerciales de TV.



## Momentos "quiero saber ir"

**2X**  
incremento en  
búsquedas "cerca de  
mí" en el último año.

**82%**  
de los usuarios de  
Smartphone usan  
un buscador web al  
requerir información  
acerca de un  
negocio local.



## Momentos "quiero hacer"

**91%**  
de los usuarios de  
Smartphone usan su  
teléfono para buscar  
ideas al realizar una  
tarea.

**100M+**  
horas de contenido  
"how-to" han sido  
vistas en Youtube  
este año.



## Momentos "quiero comprar"

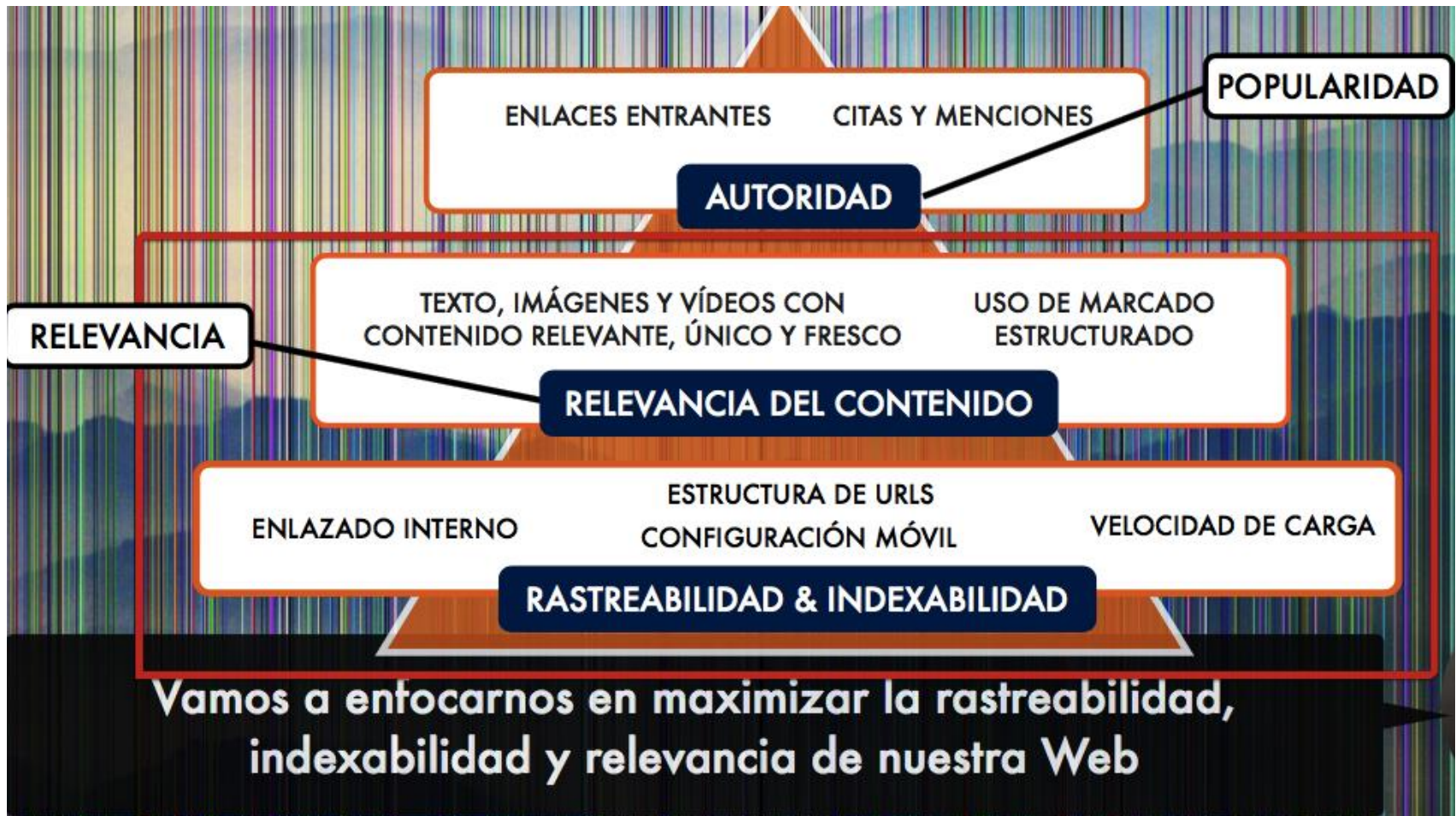
**82%**  
de los usuarios de  
Smartphone usan su  
teléfono en las  
tiendas, para decidir  
qué comprar.

**29%**  
de incremento en  
las tasas de  
conversión móviles  
en el último año.

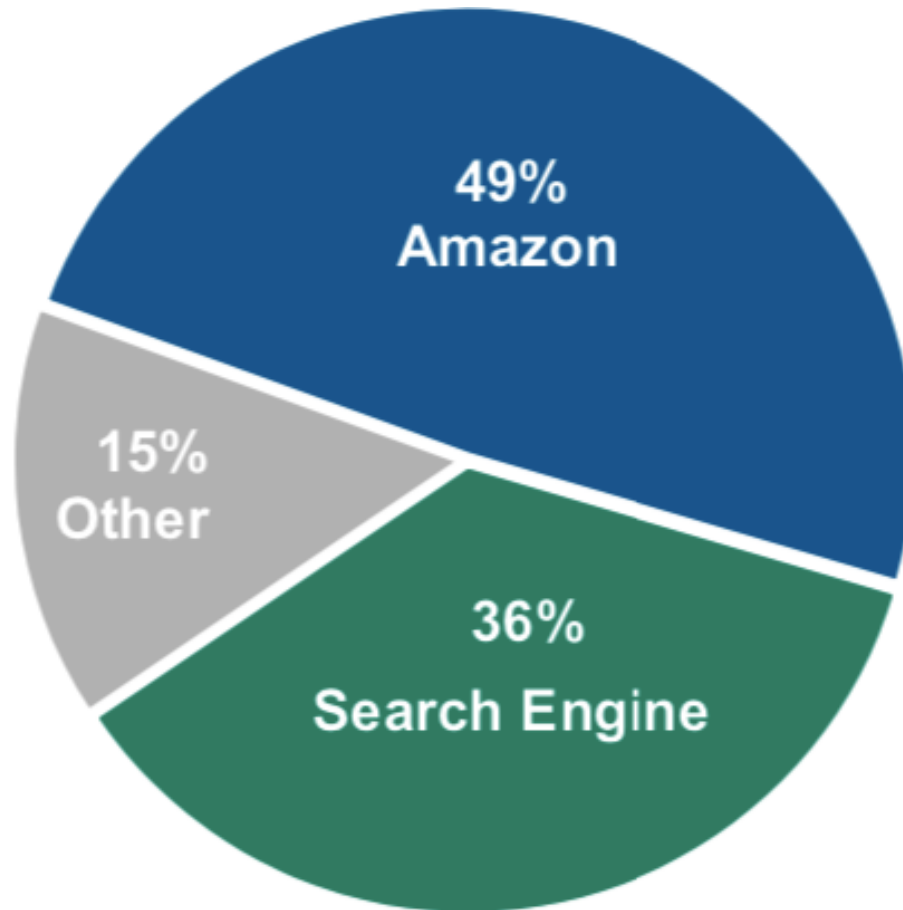
# Planifica

Facebook								
Semana 1 (3/9/2012 - 7/9/2012)	Frecuencia de publicación	Fechas especiales	Hora	Objetivo del mensaje	Temática	Fuentes	Contenido visual (foto, vídeo, gráfico...)	Mensaje /Tweet
Lunes	1		9:00	Recordar al público que es la feria para que se pueda organizar la semana	¡Listos para la feria!	Enlace al último post del blog	Foto del recinto	¡Ya estamos listos para la feria [nombre de la feria]! :) Si queréis pasar a vernos y a tomar algo, nos encontraréis en [ubicación en la feria].
3/9/2012	2		17:00	Noticia	Noticia del sector	www.		¿Sabíais que...?
Martes	1		9:30	Obtener respuestas sobre la red en la que se encuentran los clientes para que los comerciales contacten con ellos a través de esa red	Maquinaria que se expondrá en la feria	Utilizar la aplicación Preguntas de Facebook (dejar abiertas las respuestas)		¿Qué red social sueles utilizar más? Respuestas: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Pinterest...
4/9/2012	2		18:00	Llamar la atención	Impactar con un contenido visual	www.	Foto original relacionada con nuestro sector	Poner un comentario curioso según la foto.
Miércoles	1	Feria sectorial	9:14	Crear expectación e interés sobre nuestro producto estrella en la feria	Producto		Foto del estand	¿Sabéis cuál es el producto en el que más hemos trabajado? Dejad un "Me gusta" y os lo explicamos por DM. :)
5/9/2012	2	Feria sectorial	17:14	Los rezagados todavía están a tiempo de venir	Recordar la hora de finalización de la feria	www del evento con localización de nuestro estand		¿Todavía no nos hemos visto? Quedan [x tiempo] para que podamos charlar un rato. ¡Esto se acaba a las [x] h! :)
Jueves	1		10:00	Fidelizar / atención al cliente	Agradecimiento a los que vinieron al stand		Fotos con clientes (sobre todo de encuentros y apretones de manos, por ejemplo)	¡Buenos días! Muchísimas gracias a todos aquellos que vinisteis a vernos. Nos alegramos mucho de reencontraros. Los que no pudisteis venir, sabéis que estamos siempre disponibles en las redes sociales o por teléfono [número de teléfono].
6/9/2012	2		13:00	Fidelizar / atención al cliente	Recordar los mejores momentos		Material fotográfico (más informal) del día de la feria	Los mejores momentos de la feria... :)
Viernes	1		9:00	Atención al cliente (el contacto sigue después del evento)	Tener en cuenta los comentarios de los clientes hacia nuestros productos y las propuestas de mejora de los mismos		Foto emotiva de agradecimiento	¡Fin de semana a la vuelta de la esquina y todavía nos queda por revisar muchas de las peticiones y mejoras que nos habéis comunicado en la feria!! ¡GRACIAS A TODOS por hacernos mejorar! :) Os iremos respondiendo en breve.
7/9/2012	2		13:00	Relax para el fin de semana	Despedida de la semana		Vídeo musical (según edad del target ajustar el tipo de música)	¡Hasta el lunes!

# Prepara tu sitio web: SEO es básico



# Mucha gente ya empieza a buscar en Amazon



Encuesta a 2000 personas en USA .

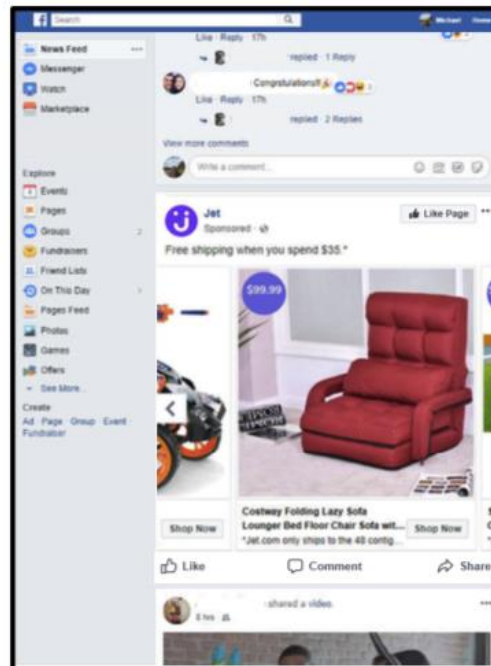
# Haz Publicidad segmentada en Redes Sociales

## Captura Leads



## Muestrate

### Facebook



### Instagram



# Entrena y monitorea eventos donde se use el mobile



