



DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

Nuevas herramientas para el marketing digital



Introducción

- Crecimiento exponencial en los últimos años, impulsado por avances tecnológicos y **cambios en los hábitos de los consumidores**.
- Panorama en constante evolución, con nuevas herramientas y estrategias emergentes que prometen **revolucionar la forma en que las marcas se conectan con su audiencia en línea**.





- La realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV) han avanzado significativamente en los últimos años, lo que abre **nuevas oportunidades para el marketing digital**.
- Experiencias de RA y RV para **involucrar a la clientela de una manera más inmersiva y atractiva**.
- Estas tecnologías permiten a las empresas **crear interacciones memorables** con su audiencia.

Experiencias de Realidad Aumentada (RA) y Realidad Virtual (RV) en la tienda

- Aprovecha la RA y RV para ofrecer a tus clientes una **experiencia única en la tienda.**



Probadores virtuales:

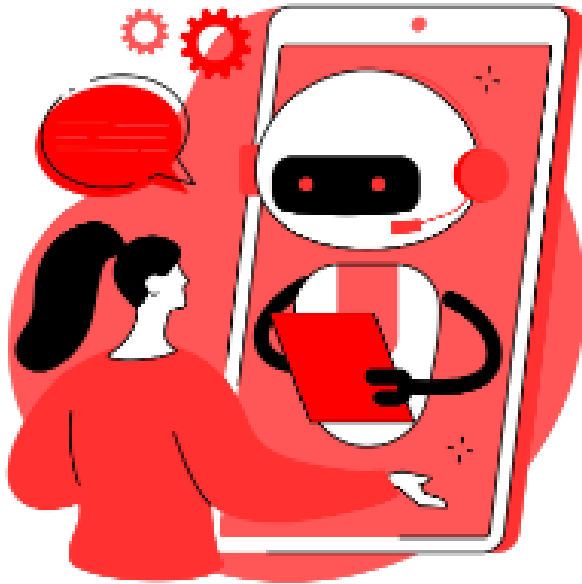


- Si tienes una tienda de ropa, crea una aplicación de RA que permita a los clientes **probarse diferentes prendas de manera virtual**.
- Así, pueden ver cómo les queda cada prenda antes de tomar una decisión de compra.

Visualización de productos en el hogar

- La visualización de productos en el hogar puede ser una herramienta poderosa para **ayudar a tu clientela a tomar decisiones de compra.**





Atención al cliente impulsada por IA:

- Evalúa tus necesidades y presupuesto.
- Configura el chatbot con preguntas y respuestas frecuentes.
- Integra el chatbot en tu sitio web, plataforma de comercio electrónico y redes sociales.
- Monitorea las interacciones del chatbot con tu clientela.



- Los asistentes virtuales y chatbots han demostrado ser valiosos en el marketing digital al proporcionar **respuestas instantáneas** a las consultas de los clientes y mejorar la experiencia del usuario.
- Estas herramientas han evolucionado para comprender y **responder de manera más precisa a preguntas complejas**.
- **Mejoran la satisfacción del cliente y liberan tiempo** para concentrarse en tareas más estratégicas.

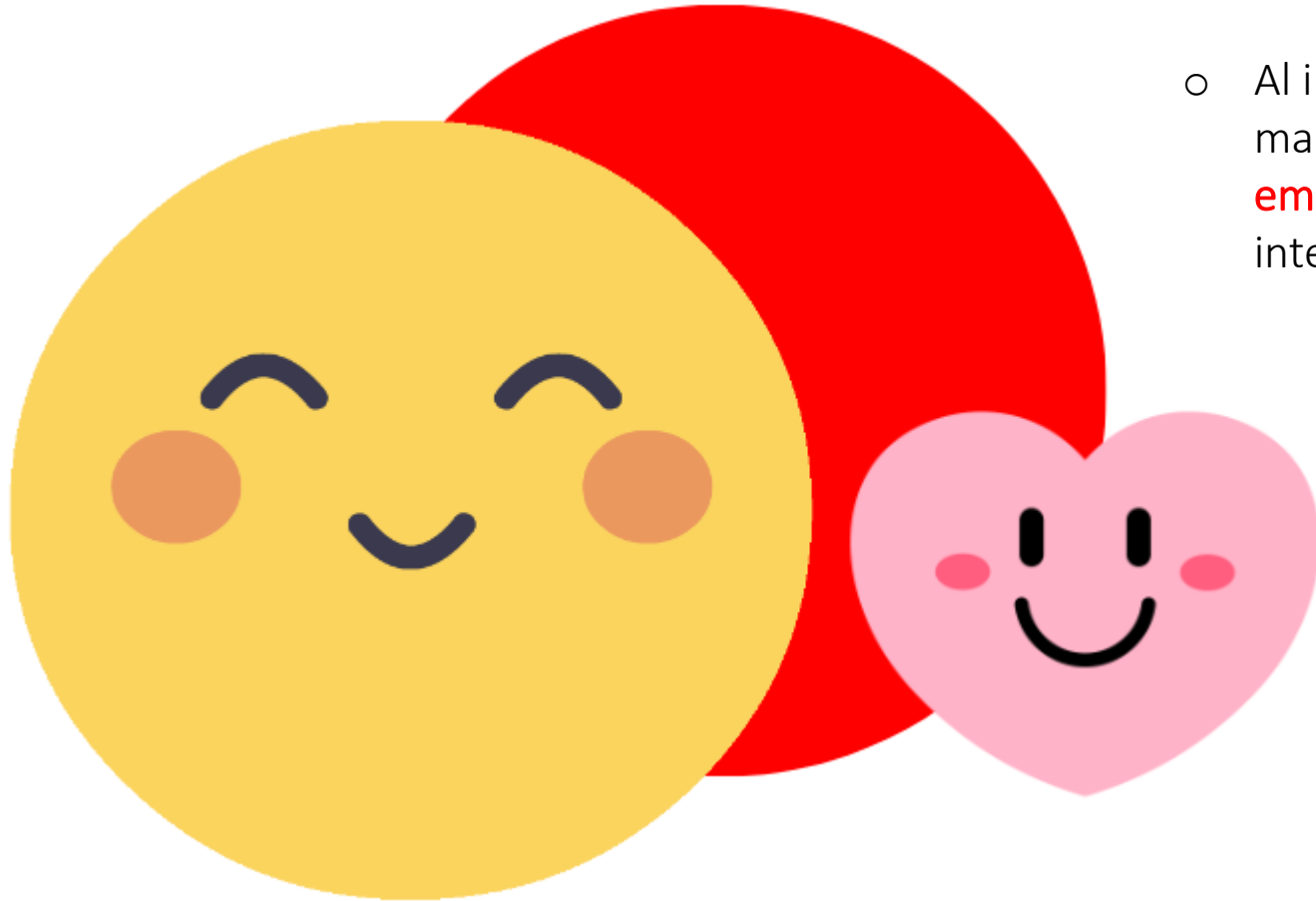
- **Ofertas y promociones personalizadas:**

- Utiliza una herramienta de personalización de ofertas que se ajuste a tu presupuesto y objetivos.
- Divide tu base de clientes en grupos basados en el comportamiento de compra, preferencias y lealtad.
- Envía las ofertas personalizadas a través de correos electrónicos, mensajes de texto o notificaciones push en función de las preferencias de comunicación de tus clientes.
- La implementación de una campaña de ofertas personalizadas puede llevar de 2 a 4 semanas, dependiendo de la cantidad de segmentación y personalización requerida.





- Experiencias de usuario personalizadas en la tienda física:
 - Etiquetas electrónicas
 - Pantallas interactivas
 - Sensores y beacons



- **Experiencias Interactivas y Gamificación en la Tienda**
 - Al integrar elementos de juego en campañas de marketing, las marcas pueden crear una **conexión emocional con los consumidores** y aumentar la interacción en sus plataformas digitales.



- Las marcas están buscando asociarse con influencers que estén genuinamente alineados con sus **valores y objetivos**, en lugar de enfocarse únicamente en el tamaño de su audiencia.

