

# **INDUSTRIA DE CONTENIDOS PARA CELULARES**

## **INFORME DE ESTRATEGIA DE LA EMPRESA MOVILGATE**

**Integrantes:**

**Matías Cabello Frugoni**

**Federico Parmigiani**

**Sebastián Urbanec**

**Martín Ruggieri**

## **INTRODUCCIÓN**

En el siguiente informe se presentará a la empresa MovilGate, se desarrollarán los servicios que ofrece y se determinará la estrategia que utiliza para competir en el mercado.

## **LA EMPRESA**

MovilGate es una de las empresas líderes de América Latina en el desarrollo e integración de soluciones móviles corporativas y de entretenimiento. Con oficinas en Buenos Aires, Santiago de Chile, Cochabamba y Quito, esta empresa con conexión con los principales operadores de celulares de la región, posibilitándoles a sus clientes extender el alcance de sus servicios a toda América Latina.

La gran difusión alcanzada por las aplicaciones móviles ha llevado a la empresa a especializar sus diferentes servicios en las siguientes áreas:

- Soluciones de entretenimiento y contenidos
- Soluciones corporativas y de finanzas
- Micropagos
- Soluciones de marketing directo y fidelización
- *Gateway* y servicios de integración

## **SERVICIOS**

Antes de hacer referencia a la empresa, nos gustaría hacer saber algunos datos de la industria de celulares en la Argentina. Hay 33 millones de líneas y las empresas para solicitadas son: 35 % MoviStar, 35 % CTI, 27 % Personal y el porcentaje restante es de Nextel. Nuestro país es uno que tuvo una gran penetración celular en telefonía celular ( hay 75 % líneas activas). El uso de los SMS es algo muy recurrente entre los argentinos, vale decir que en la Ciudad de Buenos Aires y el Conurbano se usa en un 68 % y en el interior del país un 32 %. Para ser más detallados se calcula que las mujeres usan los SMS en un 52 % y en un 48 % los hombres. Por último, el 64 % de los clientes que usa los mensajes de texto es de clase media / baja y el 36 % es de nivel alto.

MovilGate ofrece distintos tipos de servicios, ya sea relacionados con el entretenimiento y el contenido, las finanzas o el marketing.

Con respecto a las soluciones corporativas y de finanzas, MovilGate pone a disposición de las empresas una solución que le permite ofrecer innovadores servicios móviles a sus clientes, sumando así una nueva herramienta para la recepción de información y la realización de operaciones.

La empresa ofrece dos tipos de servicios: un sistema de alerta y notificaciones y otro sistema de consulta de operaciones. Con el primero el usuario recibe un mensaje de texto en su celular. Este módulo cubre todas las necesidades de notificación unilateral desde la empresa hacia el usuario, es decir, él recibe una notificación sobre determinada situación o evento. En contraste, en el segundo servicio el usuario envía un mensaje de texto desde su celular para recibir información. Esto permite una comunicación bilateral entre ambas partes, usualmente iniciándose en el usuario a través de un mensaje SMS al que la casa matriz da curso y respuesta de ser necesario.

En MovilGate creen que el marketing móvil es el medio más novedoso y efectivo para hacer marketing relacional. Esta herramienta de interactividad entre el producto y los usuarios, mediante la utilización del teléfono móvil, genera fidelidad y posicionamiento de marca. A través de este vínculo permanente de comunicación con el usuario, los anunciantes y agencias de publicidad se enfocan para desarrollar campañas promocionales y de marketing. MovilGate desarrolla plataformas de mensajería y de marketing móvil ayudando a mejorar la productividad en cualquier tipo de actividad que se desarrolle.

Existen distintos tipos de campañas de marketing móvil que se pueden realizar mediante opciones de facturación, según la mejor evaluación del cliente con respecto a lo que necesita:

- Campañas *Push* o Acciones Unidireccionales: la empresa contrata un paquete de mensajes para enviar información a una base de datos de sus clientes.
- Campañas *Pull* o Acciones Bidireccionales: consisten en la integración del canal móvil con los distintos medios de comunicación donde se le invita al cliente a que envíe un SMS para participar de alguna promoción, obtener cierta información, o simplemente ganar un premio.

- Campañas de diálogo continuo o multipasos: en este tipo de campaña se genera una interactividad continua entre la marca o producto y el usuario, lo que genera mucha información valiosa al nivel del marketing.

La necesidad de las empresas de superar la comunicación unilateral ha transformado al servicio de mensajería de texto en una herramienta de diálogo poderosa. Este diálogo genera un vínculo instantáneo y permanente entre el usuario y la marca o producto, a través de la utilización del teléfono móvil. Con gran aceptación entre los consumidores, las empresas han adoptado y reconocido al servicio de mensajería como el medio de comunicación masivo más efectivo para consolidar la relación con sus clientes.

Las estadísticas señalan que en Argentina hay 33 millones de líneas de telefonía celular y que es uno de los países con mayor penetración de telefonía móvil, con un 75% de líneas activas. El 64% de los usuarios de SMS es de clase media/baja y baja (C3D) y el 36% de nivel más alto (ABC1 y 2). Está demostrado que el 97% de los usuarios leen los mensajes que le llegan y que entre un 8% y 10% dan respuesta en las campañas SMS. De hecho, en 19% de los participantes de campañas *push* dieron el consentimiento para ser contactados en futuras ocasiones.

Desarrollo de aplicaciones SMS para empresas:

- Sistema de alertas y notificaciones
- Sistema de consultas y operaciones

Desarrollo de plataformas de contenidos:

Propone a cada cliente el diseño, desarrollo e implementación de un portal de descargas de contenidos para usuarios de telefonía celular. Éste podrá accederse desde inicialmente desde Argentina y luego, a decisión del cliente, ampliarse a otros mercados (Bolivia, Chile, Ecuador, Paraguay) donde el contenido pueda ser también comercializado exitosamente. Los principales contenidos que se desarrollan son: ringtones monofónicos y polifónicos, FX y *True Tones*, *wallpapers*, animaciones, juegos Java, videos, juegos por mensajería de texto.

Desarrollo de plataformas de entretenimiento SMS:

MovilGate propone a cada cliente una amplia gama de aplicaciones SMS, permitiendo la comunicación e interacción constante con el público objetivo. El contenido de estas propuestas puede ampliarse a otros territorios, donde pueda comercializarse con éxito. Dentro de ellas podemos encontrar: servicio de mensajería simple tanto para radio, TV, como para distintos medios de comunicación, votaciones, concursos, juegos interactivos, TV chat, etc.

Algunas de las tecnologías usadas con Java, WAP, MMS, SMS. En relación a Java, se usa para juegos, aplicaciones multimedia, captura de datos, aplicaciones que tienen mucho contenido y necesidad de facilidad de datos. WAP es utilizado para el acceso a volumen medio de información y cobertura media- alta de mercado. MMS sirve para Push de información y uso acotado de multimedia. Los SMS sirven para Push de información, llegada a todo el mundo y contenidos cortos.

Marketing Móvil

Las características que hacen suponer el éxito del marketing móvil son, entre otras, la cantidad de celulares en el mercado actualmente (toda la gente tiene el celular encima y encendido), y esto es lo que hace posible interactuar. Igualmente también existen limitaciones, como el temor a los costos ocultos, la base de usuarios con teléfonos en blanco y negro sólo SMS.

Y que no se puede comunicar tanto como en otros medios.

La clave del éxito reside en no saturar el canal (tres envíos mensuales), mensajes relevantes para el usuario (qué beneficio voy a tener por participar de la acción) y el opt-in claro por parte del usuario.

Los tipos de mensajes (SMS):

MO: mensaje enviado desde el teléfono celular.

MT: mensaje que llega al teléfono celular.

Modo de facturación : La empresa paga los mensajes, el usuario paga el MO, y también el MT (suscripción)

Suscripción a contenidos:

El usuario envía una palabra clave y recibe con cierta periodicidad contenido a su celular (por ejemplo, la palabra CLIMA, y así recibir el informe del clima todas las mañanas).

Los métodos para la provisión del contenido son la interconexión con los

sistemas del cliente y la habilitación de web para carga manual.

## **CONCLUSIÓN**

Como hemos visto, MovilGate tiene una estrategia inteligente y razonable para la época de auge que tiene la telefonía móvil en nuestro país. Los datos y estadísticas sobre la utilización que los argentinos le damos al celular hacen coherente la estrategia de esta empresa de utilizar y disponer de los servicios que surgen a partir del uso de los mensajes SMS. Si a esto le sumamos las inserción de campañas de mercadeo como las *push* o las *pull*, notamos en MovilGate ganas no solo de innovar y ser eficiente en lo que a ellos les respecta, sino también en la comodidad que le brindan a sus usuarios para suscribirse a los servicios y a la calidad que estos tienen. También hay que recalcar el uso de tecnología más moderna, como es el caso de la WAP, Java, entre otras. Finalmente, hay que remarcar la fuerza que MovilGate le pone al desarrollo de plataformas de entretenimiento.