



WIDGET MARKETING. CASO: GAMES & GAMES.

GUÍA DE FIDELIZACIÓN DE EMPRESAS DIRIGIDAS AL MERCADO DEL ENTRETENIMIENTO A TRAVÉS DEL

Gabriel Hernández Troya

INTRODUCCIÓN

The graphic features a diagonal banner with the word 'INTRODUCCIÓN' in white capital letters on a dark grey background. The banner is set against a light blue background with a grey corner element. Three dark grey arrows point downwards and to the right, and one points upwards and to the right. A red horizontal band is at the bottom, with a dark grey arrow pointing upwards and to the right.

Muchas de las empresas en el Ecuador no tienen clara la importancia de la fidelización de clientes, y ellas no conocen las herramientas que podrían utilizar para lograr este objetivo, por lo que a continuación se describe una guía en la que se detalla una estrategia de fidelización aplicada a una empresa dirigida al mercado del entretenimiento. Esta guía propone la realización de 6 pasos importantes para lograr una fidelización a través del widget marketing.

ESQUEMA



El fidelizar a los clientes es un proceso muy extenso y se basa en generar confianza y mantener una comunicación con ellos, el éxito de una buena estrategia de fidelización radica en una buena investigación del grupo objetivo y análisis de sus necesidades, por lo que no existe una fórmula exacta que pueda ser aplicada a cada empresa, esta estrategia dependerá total-

mente de la empresa y de su grupo objetivo, sin embargo existen algunos procesos claves que se deben realizar para crear una estrategia exitosa.

Para explicar cada uno de estos procesos se tomará como ejemplo el caso de Games & Games.

- 1.- Análisis de la marca.
- 2.- Análisis de su competencia.
- 3.- Análisis de su grupo Objetivo – Investigación de Mercado.
- 4.- Determinar una solución o estrategia
- 5.- Determinar medios que complementaran a la estrategia.
- 6.- Implementación del widget marketing y viralización





Games & Games es una empresa especializada en la comercialización de productos relacionados con juegos de estrategias y TCGs. Se encuentra en el mercado desde el año 2006, y actualmente tiene cuatro sucursales ubicadas en el centro comercial "El Recreo", "Condado Shopping", "San Luis Shopping" y "Quicentro Shopping sur".

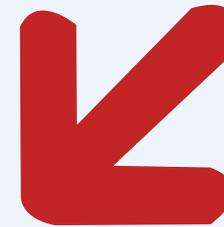


1.- ANÁLISIS DE LA MARCA



Para poder crear una estrategia de fidelización exitosa es importante analizar la marca a la cual se plantea implementar una estrategia, para esto se debe conocer:

- ¿Cómo se ha manejado la marca a nivel publicitario?
- ¿Cuál es la imagen actual de la marca?



¿Cuál es la imagen actual de la marca?

Para analizar la imagen actual de la marca debemos tomar en cuenta su logotipo, sus puntos de venta, su personalidad y todo lo relacionado a estos aspectos.

¿Cómo se ha manejado la marca a nivel publicitario?

Para analizar a la marca se debe tomar en cuenta todo tipo de publicidad que han rea-lizado desde sus inicios y luego analizar cuales son sus puntos fuertes y debiles para poder mejorarlos.

APLICACIÓN A LA MARCA

¿Cuál es la imagen actual de la marca?

Para analizar a la marca se debe tomar Games & Games a lo largo de su tiempo en el mercado ha mantenido la misma imagen gráfica, utilizando su logotipo en forma de un escudo y adecuando sus puntos de venta como si fueran un castillo medieval.

¿Cómo se ha manejado la marca a nivel publicitario?

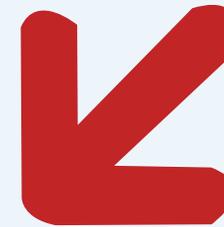
Games & Games a lo largo de su trayectoria en el mercado se ha manejado con una fuerte estrategia en medios digitales, aunque también ha realizado publicidad tradicional, entre esto se encuentra la realización de afiches y flyers colocados y distribuidos en los puntos de venta. A nivel digital Games & Games no cuenta con una página web, pero cuenta con un fan page, cuenta en twitter, blog y un foro. Todos estos se encuentran desenlazados y no tienen un dominio idéntico, por lo cual su posicionamiento en los buscadores no es óptimo.

2.- ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA



Analizar la competencia también forma parte importante de una estrategia de fidelización, de esta forma se puede conocer porque otros clientes y la prefieren, para esto es necesario realizarse las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la competencia de la marca?
- ¿Qué se encuentra haciendo la competencia ahora?



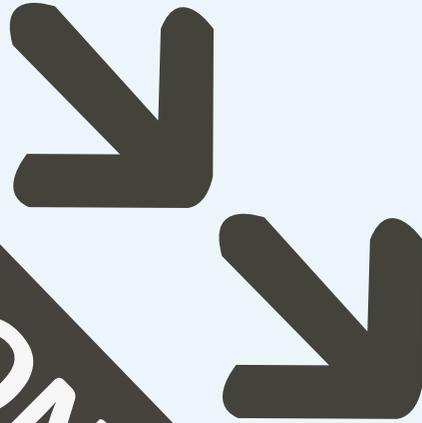
¿Cuál es la competencia de la marca?

Es importante tener claro cual es la competencia de la marca, para de esta forma poder analizar que se encuentra haciendo a nivel publicitario.

¿Qué se encuentra haciendo la competencia ahora?

Una vez definida nuestra competencia es necesario analizar que se encuentra haciendo la competencia actualmente a nivel publicitario y estratégico.

ACTION PLANET



¿Cuál es la competencia de la marca?

La competencia actualmente no se encuentra realizando ningún tipo de publicidad tradicional, sin embargo cuenta con un foro y un grupo dentro de Facebook, los cuales tienen un nivel muy bajo de interacción.

¿Cuál es la competencia de la marca?

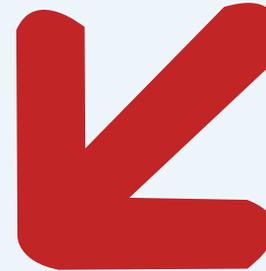
La principal competencia de Games & Games es Action Planet, una Hobby Store especializada en la venta de muñecos coleccionables, juegos de roll y de estrategia, que entró al mercado en el año 2004.



3.- ANÁLISIS DEL G.O. - INVESTIGACIÓN DE MERCADO



Una vez analizada la marca y su competencia es importante conocer a su grupo objetivo, saber que piensan, que esperan de la marca y como la tienen posicionada en su mente ahora, por lo que durante este paso es importante realizar entrevistas y encuestas al grupo objetivo, y de esta forma conocer la respuesta a 4 preguntas muy importantes:



- ¿Cómo es la relación de Games & Games con su grupo objetivo?
- ¿Existen clientes fieles a la marca?
- ¿Se esta ofreciendo un beneficio a los clientes fieles?
- ¿Qué espera el grupo objetivo de la marca?

Nota:

Para poder realizar este paso es necesario analizar cual sería el metodo de investigación más efectivo para conocer al grupo objetivo, de esta forma se podrá responder a cada una de las preguntas planteadas. En el caso de Games & Games fue necesario realizar entrevistas, encuestas y observación al grupo objetivo en eventos y puntos de venta.

EL GRUPO OBJETIVO

¿Cómo es la relación de Games & Games con su grupo objetivo?
Según el censo realizado, Games & Games se encuentra bien posicionado en la mente de los consumidores y ellos prefieren esta tienda por la calidad de sus eventos, el ambiente y el trato al cliente.

¿Qué espera el grupo objetivo de la marca?
Basados en la información obtenida del censo de clientes de Games & Games, podemos concluir que el grupo objetivo está interesado en recibir información y descuentos en productos por ser clientes fieles de la marca.

¿Existen clientes fieles a la marca?
Según el censo y la entrevista a Duvan Torres, dueño y administrador de Games & Games, existen clientes fieles a la marca pero no se lleva ningún registro, ni base de datos que permita ofrecerles un beneficio especial a ellos.

4.- SOLUCIÓN Y ESTRATEGIA

Una vez analizada toda la información anterior se debe crear una propuesta enfocada a fidelizar a los clientes e incrementar su nivel de confianza hacia la marca.

NOTA:

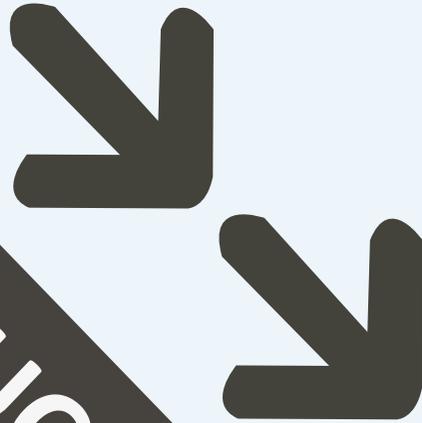
En el caso de Games & Games fue necesario reestructurar su página web y redes sociales para lograr cumplir el objetivo.

Reestructuración de la marca a nivel digital.

El primer paso de la propuesta se basa en la reestructuración de la marca a nivel digital, en el caso de Games & Games no se contaba con una página web y las redes sociales, foros y blogs no tienen ningún tipo de vinculación, por lo que se deberá crear una página web especializada para la marca y vincular las redes sociales, blog y foros.



RESTRUCTURACIÓN



Reestructuración de las redes sociales
Está claro que el uso de las redes sociales como parte de una estrategia digital es muy importante y se han convertido en un punto clave para establecer conversación con los consumidores, en el caso de Games & Games las redes sociales se han convertido en el medio perfecto para dar a conocer sus eventos y conversar con sus consumidores, por esto es importante siempre mantener actualizada las redes sociales creando contenido y eventos que motiven a los usuarios.

OTROS MEDIOS



Nuevos voceros de la marca.

Parte de la estrategia de fidelización es conseguir nuevos voceros de la marca, estos deben ser personas influyentes en el grupo objetivo, en el caso de Games & Games serían jugadores con un alto reconocimiento a nivel nacional e internacional, estos voceros serán los encargados de dar a conocer el cambio de la marca durante los eventos, recomendando a otros jugadores la tienda tanto física como virtual.

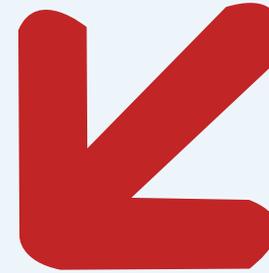
Generación de una base de datos y realización de mailing.

Durante una estrategia de fidelización el generar una base de datos es una de las herramientas más importantes, por lo que para solucionar este problema en el caso de Games & Games, se implementaron secciones de foros y compra online, que requieren que el usuario se registre dentro de la página web, permitiéndonos así crear una base de datos real, para luego poder enviarles información especializada.

6.- WIDGET MARKETING



El widget marketing es una herramienta clave para un proceso de fidelización, pero para que esta tenga éxito es necesario realizar los anteriores 5 pasos correctamente. Para crear un widget existen varias herramientas online que te permiten hacerlas, una de estas es “Widgetbox”, esta herramienta te pide seguir un proceso sencillo de cuatro pasos:

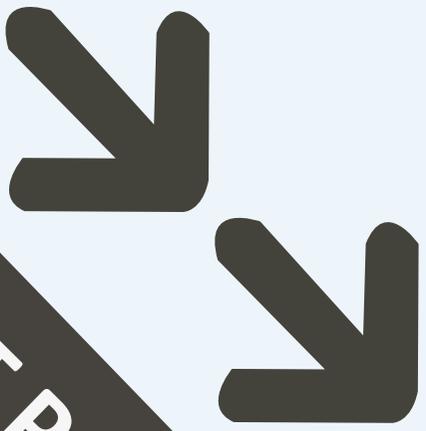


- Seleccionar el tipo de widget que se creará
- Seleccionar la fuente de la que se extraerá la información.
- Personalizar el Widget
- Registrarse y pagar una suscripción.

Nota:

La página “www.widgetbox.com” te permite crear un widget sencillo, por lo que cuando se requiere la creación de un widget más elaborado es necesario crearlo mediante programación.

WIDGET PARA MÓVILES



Nota:

Para crear un Código QR existen varias páginas web en las que solo debes colocar una dirección URL y automáticamente el código se generará, una de las más recomendadas es la siguiente:

<http://qrcode.kaywa.com/>

El lograr migrar una marca de un computador a un celular es un paso muy importante en el proceso de la fidelización, pero el crear un widget para celulares tiene un costo demasiado elevado debido a su complejidad en la programación por lo que es importante buscar nuevas alternativas, que puedan ayudar a la estrategia y que replacen al mobile widget.

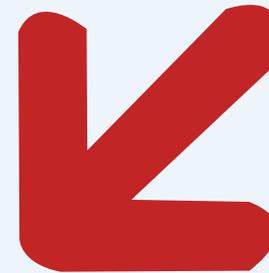
Wap Launch

El wap Launch es una página creada específicamente para celulares y que es disparada a través de un código QR, por lo que no requiere de una programación especializada para cada modelo de celular y tiene un costo mucho menor de elaboración, por lo que se convierte en una excelente herramienta para fidelizar y replazar al mobile widget.

Viralización del Widget

Para que esta estrategia sea exitosa es necesaria dar a conocer a los clientes de su existencia, por lo que el uso de los medios complementarios ya mencionados es necesario.

Aunque los medios complementarios ayudaran a la viralización de estos, no serán suficiente, por lo que es necesario motivar directamente a los clientes ofreciéndoles promociones y descuentos exclusivos a quienes descarguen el widget o utilizen el Wap Launch.



1) DESCARGA LA APLICACIÓN BEETAGG O QR SCANNER DESDE TU CELULAR .
2) UTILIZA LA APLICACIÓN PARA ANALIZAR EL CÓDIGO QR.
3) INICIA SESIÓN, REALIZA UN CHECK-IN Y PARTICIPAS POR GANAR DESCUENTOS EN TU PRÓXIMA COMPRA.

Nota:

En el caso Games & Games se ofrecen códigos de descuentos a los usuarios que han descargado el widget, este código aparece ocasionalmente dentro de las noticias que se despliegan en el.

De igual manera a los usuarios que utilizan el Wap Launch también se les ofrece descuentos en sus próximas compras.

APLICACIÓN A

WIDGET EN GAMES & GAMES

Desktop Widget

Según los datos encontrados durante el censo y las entrevistas se llegó a la conclusión que lo mejor sería crear un widget que contenga información sobre eventos, nuevos productos y noticias sobre el juego. Para motivar a los usuarios a descargar este widget se les entregará códigos que les permitirá recibir descuentos y promociones en Games & Games.



GAMES & GAMES



Wap Launch

Durante la investigación se encontró que muchas de las personas que jugaban eventos en Games & Games o compraban productos en sus tiendas, estaban dispuestos a descargar una aplicación en su celular y les gustaría recibir beneficios por ser clientes frecuentes de sus tiendas, sin embargo en las encuestas observamos que

no hay una marca de celular estándar para todos y el programar una aplicación específica para cada uno de ellos sería demasiado costoso, por lo que la mejor opción es crear un WAP Launch.



A través de un API de Foursquare al ingresar a este Wap Launch disparado por un código QR, los usuarios pueden realizar Check-Ins en los puntos de venta y obtener beneficios por la cantidad de Check-ins que han realizado, motivando así a los usuarios a regresar a sus puntos de venta y a comprar nuevamente productos o competir en sus eventos.

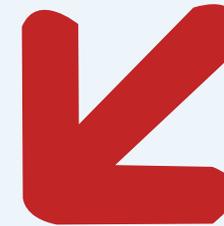
RECOMENDACIONES

- Antes de comenzar una estrategia de fidelización se debe conocer perfectamente al consumidor, a la marca y a su competencia.
- Los clientes fieles representan un porcentaje de ganancia mucho mayor que los clientes ocasionales y es muy probable que ellos recomienden esta empresa a otras personas, por lo que tener una estrategia de fidelización se convierte en algo esencial para una empresa.

RECOMENDACIONES



- Antes de realizar una estrategia de widget marketing se debe analizar la situación actual de la marca y de ser necesario realizar una reestructuración de ella.
- El widget marketing es una herramienta perfecta para una estrategia de fidelización, pero es necesario conocer perfectamente al grupo objetivo para que este sea exitoso.



- Al ser una herramienta moderna y netamente digital es muy probable que esta tenga una mayor aceptación de nativos digitales y personas jóvenes.



**GUÍA DE FIDELIZACIÓN DE EMPRESAS DIRIGIDAS AL
MERCADO DEL ENTRETENIMIENTO A TRAVÉS DEL
WIDGET MARKETING. CASO: GAMES & GAMES.**

Gabriel Hernández Troya

