

TEKNOLOGIA MUGIKORRA: ETORKIZUNA ORAIN DA

Posted on 14/05/2013 by Naider



Gaur egungo krisi testuingurua eta Gure gizartea murgilduta dagoen kolapso orokorrak enpresen berrikuntza-gaitasuna eta gizarteari balioa emateko etengabeko nahia suspertzea besterik ez du egiten. Arazoa da, gero eta maizago, ez dela soilik berritzea, enpresak ezezagunak diren gauzetara, inguruneetara, eredueta jauzi bat ere egin behar duela.

Orain ikusten dugu, adibidez, garrantzitsua dena jada ez dela ekoizten ari denik, baina orain produktua diseinatzea eta saltzea baino ez da kontua. Kontsumitzaileak jada ez dira erosketak egiten, Internet bidez euren etxeetara iristen diren dendetara baizik. Posta elektronikoa bezain berria den zerbait jada ez da erabiltzen zure taldearekin, edo zure bezeroekin edo zure banatzaileekin komunikatzeko. Jendea jada ez da zure webgunean informatzen sare sozialetan baizik. Bat-batean, saltzeko produkturik eduki behar ez duten markak daude eta denok ezagutzen ditugu gure merkatua inbaditzen duten markarik gabeko intrusoen produktuak.

Kolpe hauek dira benetan desorekatzen gaituztenak, negozio eredia aldatzea izugarri zaila delako. Gauzak egiteko moduan. Salmenta kanala. Komunikazio kanala. Baina hori da, hain zuzen, teknologia mugikorrek gertatzen ari dena.

Kontsumitzailea sakelako kanalean dago jada (Espainiako telefono mugikorren erabiltzaileen %63k Smartphone bat dauka) eta enpresek gure bezeroak dauden tokian egon behar dute. Zaila da ezer ez dagoela idatzita eta bakoitzak bere bidea aztertu behar duela, batez ere dena edo ia dena egin gabe dagoen garai honetan.

Enpresa batek, adibidez, bere aplikazio propioak sor ditzake, eta bertatik bere bezeroekin elkarreragiteko moduko mezu ez-intrusiboak bidaliz, bere katalogoetako berrien berri emanez, promozioak bidaliz edo gertuen dagoen denda aurkitzen lagunduz. produktu jakin bat. [Decathlon](#), [IKEA](#) edo euskarazkoa [IBILI < / a > mugikorren katalogo berritzaileak garatu dituzte bezeroari erosketa-esperientzian laguntzen duten marketin-funtzio aurreratuekin.](#)

Baina gehiago da. Aplikazioak salmenta kanal berri bat ere bihurtu dira. Kontsumo krisiaren erdian, merkataritza elektronikoa %21 hazi zen 2012an mundu osoan, eMarketerren arabera. Eta, bereziki, merkataritza elektronikoko mugikorrak % 81 egin zuen AEBetan 2012an, eta dagoeneko merkataritza elektronikoko osoaren % 11ra iritsi zen. [Zara](#) edo [Mango](#)k mugikorreterako aplikazio paregabeak ditu, dendara joan beharrik gabe erosketa zuzena bultzatzen dutenak, ezta haien webguneak kontsultatzeko ordenagailurik ere.

Enpresa hauek ondo dakite aplikazioak gailuetan instalatuta jarraitzen dutela eta kontsumitzailea haiekin joaten dela gune guztietara, erabiltzaile errepikatuen ratioa handituz. Gauza bera ulertu dute merkataritza establezimendu batzuek, QR kodeak, NFC teknologiak eta mugikorrentzako aplikazioek zeresan erabakigarria izan dezaketela erabiltzailearen salmenta puntuan erosketa-esperientzian eta merkataritza tradizionalaren negozioa berrasmatzeko modu eraginkorra dela. [Starbucks](#) ren mugikorreterako aplikazioak, adibidez, bere establezimenduetan mugikorretik zuzenean ordaintzeko aukera ematen du, Erabiltzaile arruntenek puntuak pilatzen ikusten dituzten aldi berean, bezeroak fidelizatzea eta negozioetara itzultzea erraztuz.

Baina mugikortasuna ez da bezeroekiko harremana soilik. Gainera, negozio-eragiketetan, haien kudeaketa-gaitasunean eta haien eragiketen abiaduran eragiten du. Mugikortasuna ERP eta CRM sistemetara iritsi da, adibidez, merkataritza-flotei beren informazio-sistemekin denbora errealean elkarrekintzan jarduteko aukera emanez, denbora aurreztuz eta bezeroekiko harremanak hobetuz. Merkatua gainezka egiten duten kudeaketa aplikazio asko daude eta gero eta enpresa gehiagok sistemak egokitzen dituzte teknologia mugikorren abantailak hartzeko. Inor ez da zoratu. Negozio-

leitmotiv bati jarraituz egiten dute: eboluzionatzea.

Negozioa ingurune berri honen aukeretara egokitzea gaur aukera bat da baina bihar lehiatu ahal izateko baldintza bat gehiago izango da. Enpresa batzuen eta besteen arteko aldea izango da, ziur aski, nor ausartu den erronkari aurre egitera.

[Carlos Cuerda](#) eta