

¿QUE ES?

GEOFENCING Y CÓMO PUEDE AYUDAR A MI NEGOCIO

Seguramente hayas oído hablar del Geofencing, incluso puede que lo hayas experimentado por ti mismo, pero es posible que todavía tengas algunas dudas acerca de cómo funciona, y lo más importante de todo, cómo puede ayudar a tu negocio.

¡DESCARGAR!



Empecemos por lo primero. Puedes construir de manera sencilla una App para tu negocio utilizando nuestro constructor y hacer que tus clientes y fans la descarguen. Una de las mejores funciones que puedes incluir en la App es el Geofencing.



Geofencing es el establecimiento de una valla virtual al rededor de una zona geográfica predefinida

Cuando uno de los usuarios de la App entra o sale del area que has configurado, tu aplicación le enviará un mensaje push. De esta manera, la barrera geográfica te permite enviar mensajes específicos a tus usuarios cuando se encuentren en la zona.

¿CÓMO SE UTILIZA EL GEOFENCING?

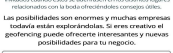


Algunos negocios utilizan el geofencing simplemente para enviar ofertas especiales a sus clientes cuando estos se encuentran cerca de la localización del negocio. A parte de poder crear distintas categorías de mensajes. Por ejemplo una agencia inmobiliaria puede enviar mensajes push a posibles compradores cuando se encuentren cerca de algún inmueble disponible y los grupos de música pueden enviar mensajes push a sus fans cuando estos se encuentren cerca de una sala de conciertos donde se presentarán próximamente.

¡Pero las empresas no están limitadas a utilizar su propia ubicación!



Un bufete de abogados podría enviar un mensaje push a un usuario cuando él o ella esté entrando en un juzgado.



Una cafetería podría enviar un mensaje push a un fan cuando éste estuviera entrando en otra cafetería.



Un planificador de bodas podría enviar mensajes push a los invitados cuando estos se adentraran en los distintos lugares relacionados con la boda ofreciéndoles consejos útiles.

Las posibilidades son enormes y muchas empresas todavía están explorándolas. Si eres creativo el geofencing puede ofrecerte interesantes y nuevas posibilidades para tu negocio.

Cuando se trata de la localización geofence de tu negocio cuanto más pequeño sea el radio mejor

Por supuesto las empresas pueden establecer el radio geofence del tamaño que deseen pero...

¿CUAL ES EL TAMAÑO CORRECTO?



Un radio enorme sobre toda la ciudad obviamente no ayudará mucho. Carece de la vinculación correcta entre el mensaje y la proximidad del remitente. Si tu negocio tiene mucha competencia **lo mejor es que te centres liberalmente en tu propia area.** Sin embargo, si tu negocio es único en toda la ciudad un radio grande estaría bien.

OTRAS CLAVES A CONSIDERAR



El Geofencing **no consiste en bombardear a los usuarios con mensajes cada vez que va un lugar.** Si lo haces optarán por salir de tu servicio de mensajería o eliminarán la App. En su lugar, el cliente debe ser lo primero.

¿MENSAJES PUSH?

SÍ

NO



Piensa siempre si te gustaría o no recibir tus mensajes, como un usuario hipotético y piensa en el valor que tu programa ofrece.



Para lograr esto no pienses en el Geofencing como otra manera más de vender al público. En lugar de eso, utilízalo como una manera orgánica para conectar con tu clientela y añadir valor. No queremos a las empresas por que exploten todos los canales para aumentar sus ventas, pero si aparecen de vez en cuando con algo puntual, relevante y útil puede ser útil.



Por lo tanto, tu objetivo debe ser el uso de los **mensajes geolocalizados para mejorar la experiencia de tus clientes y proporcionarles beneficios.** Si puedes hacer esto y al mismo tiempo dirigir tráfico a tu negocio y actividad en tus promociones mucho mejor. Pero recuerda, si deseas que tu programa Geofencing sea un éxito, debes poner a tus clientes por delante de ti mismo.

Haz eso y el resto vendrá solo

EJEMPLO 1 - TIENDA



Una tienda puede establecer un area específica en torno a su propia ubicación para lanzar un mensaje push con una oferta temporal agresiva y cuando un usuario que tenga descargada la App entre dentro del area establecida recibirá un mensaje push con la oferta en su teléfono móvil.

EJEMPLO 2 - PANADERÍA



Una panadería de moda estaba haciendo una súper hornada de una nueva galleta. Para promocionarla y obtener feedback la panadería envió un mensaje push geolocalizado invitando a los fans a una muestra gratuita. De esta manera consiguieron el feedback que necesitaban, aumentaron el tráfico de clientes y obtuvieron numerosas ventas.

EJEMPLO 3 - INMOBILIARIA

Una inmobiliaria establece un radio geofence en torno a los distintos inmuebles que tiene disponibles para que cuando un cliente potencial, en plena búsqueda activa pase por el area establecida reciba un mensaje con información del inmueble y pueda echarle un vistazo si está interesado.

¿QUIÉN SE BENEFICIA?

El Geofencing obviamente puede ser utilizado para traer tráfico a tu negocio. Eso te beneficia a ti. Pero debes utilizarlo para mejorar la experiencia de tus usuarios y ofrecer valor, de lo contrario no lo tendrán activo.

También puedes utilizar el Geofencing para recopilar datos sobre tus clientes y estudiar su comportamiento para entenderlos mejor. Esta información te puede ayudar a evaluar la efectividad de tus anuncios, diseño de la tienda y mucho más.