



Monetización WiFi

DATA  WIFI

Edición: Angelica Rojas
Diagramación: team@gif.com.co
Contacto: wifi@datawifi.co

Todos los derechos reservados © Datawifi





Monetización WiFi

*Una oportunidad que
incrementa el retorno
de la inversión y reduce costos*



DATA  WiFi





DATA  WIFI

Monetización WiFi

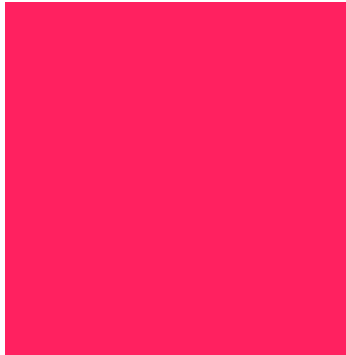
Una oportunidad que incrementa el retorno de la inversión y reduce costos

Antes de hablar de monetización WiFi es importante entender que el Internet ha modificado comportamientos, estilos de vida, intereses y necesidades; es una poderosa herramienta que evoluciona constantemente, hace apenas unos años estábamos satisfechos con poder acceder a la información y comunicarnos desde nuestro computador sin importar la distancia.

Ahora, en plena era digital queremos estar conectados 24 horas y el smartpho-
ne es la mejor opción, pues lo podemos usar en cualquier lugar, por ejemplo, si vamos de compras para encontrar descuentos y tendencias, si estamos de vacaciones nos guiamos con los reviews de otros viajeros, en las ciudades o aeropuertos para enterarnos de lo que está pasando, conocer opciones de movilidad, sitios turísticos y mapas. A cualquier hora y en cualquier lugar queremos tener a mano nuestro móvil conectado, esto se ha convertido en una necesidad.

“ En tiempos digitales tener internet es una necesidad. ”





El crecimiento explosivo de los smartphones y las tablet PC elevó a 12,5 mil millones en 2010 la cantidad de dispositivos conectados a Internet, en tanto que la población mundial aumentó a 6,8 mil millones, por lo que el número de dispositivos conectados por persona es superior a 1 (1,84 para ser exactos) por primera vez en la historia.

FUENTE: Informe técnico Cisco Internet Business Solutions Group (IBSG) - Cisco IBSG, 2010; Oficina de Censos de EE. UU., 2010.



De acuerdo al informe que presenta We Are Social y Hootsuite 2019 cada día hay un mayor número de usuarios de Internet que prefieren navegar desde sus dispositivos móviles, la cantidad de usuarios únicos de móviles en todo el mundo aumenta en más del cuatro por ciento cada año, en el 2018 eran aproximadamente eran casi 4 millones de usuarios de internet activos vía móvil.

FUENTE:<https://wearesocial.com/es/-blog/2018/07/superamos-los-4-mil-millones-de-internautas-e-so-y-mas-en-digital-2018>

Si tienes en cuenta estas cifras y los hábitos del día a día de las personas entenderás el exponencial crecimiento del Internet, es una tendencia que va en aumento. El uso de smartphones con acceso a Internet será más necesario cada día, encontramos lo que necesitamos, se facilitan las rutinas y se toman decisiones basándonos en el contenido que a diario consumimos.

El uso de smartphones con acceso a Internet será más necesario cada día, encontramos lo que necesitamos, se facilitan las rutinas y se toman decisiones basándonos en el contenido que a diario consumimos.





Por qué una conexión a través de una zona WiFi de invitados

“ *Grandes malls, restaurantes, hoteles, ciudades inteligentes, bancos, terminales, aeropuertos y eventos con gran concentración de personas han decidido implementar zonas WiFi para invitados.* ”

Los planes de datos pueden acabarse, no tener total cobertura o incluso hay personas que no cuentan con un plan de datos en su celular; sin embargo, quieren estar conectadas y buscan la manera de hacerlo a través de una red WiFi abierta, que le permita la libertad de moverse físicamente en torno al lugar en el que se encuentran sin perder la conexión. Brindar una zona WiFi para invitados puede convertirse en una excelente estrategia.

Miles de personas en el mundo pueden conectarse a través de zonas WiFi gratuitas, mediante puntos de acceso que permitan una conexión a Internet sin necesidad de cables, a cualquier hora y en cualquier lugar. Grandes malls, restaurantes, hoteles, ciudades inteligentes, bancos, terminales, aeropuertos y eventos con gran concentración de personas han decidido implementar zonas WiFi para invitados.

Si estás pensando en crear zonas WiFi gratuitas para los usuarios que están cerca a tu marca podrás hacer un seguimiento preciso de cuántas personas visitan tu espacio físico, sin preocuparte por la privacidad de datos, pues todo está incluido en los términos y condiciones que el invitado encuentra al iniciar la sesión.

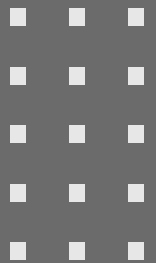
Tu zona WiFi te permitirá conocer intereses, será ese canal inmediato que conectará el medio online con el medio offline, recuerda que los hábitos digitales van en aumento y que las personas toman decisiones basadas en lo que encuentran en Internet. Una buena idea es permitir una conexión sencilla y segura, será una oportunidad en la que todos ganan, el usuario gana navegación gratuita a Internet y tu has ganado una poderosa herramienta de la cual empezaremos a hablar, **la monetización WiFi**, la mejor alternativa para optimizar estrategias, lograr el retorno de la inversión y ahorrar grandes cantidades de dinero.

Crea experiencias a través de tu zona WiFi

En tiempos digitales todo evoluciona; las tendencias, cómo se crea, se comparte y se consume el contenido.

Vivimos una revolución de hábitos y las estrategias para vender o comprar un producto deben ser más acertadas para lograr conectar la experiencia online con los hábitos y decisiones offline.

“Tu zona WiFi te permitirá conocer intereses, será ese canal inmediato que conectará el medio online con el medio offline.”





Asegurate de contratar un sistema robusto de zonas WiFi que soporte la cantidad de conexiones que pueden generarse sin que hayan intermitencias o caídas en el servicio, también que te garantice seguridad, flexibilidad de adaptarse a tus necesidades, pero sobretodo que te ayude a conseguir una experiencia gana-gana.

Crear experiencias a través de tu zona WiFi para invitados en realidad es bastante simple, el viaje que realiza tu invitado dentro de tu zona WiFi es el siguiente:

- El visitante desde su celular encuentra tu red WiFi abierta e intenta conectarse.
- Le aparecerá un sencillo formato para responder preguntas básicas, o si lo prefieres, tu visitante podrá loguearse a través de su red social.
- El sistema que has elegido para configurar tu zona WiFi de invitados hace la verificación de datos, este paso es valiosísimo, porque de acá obtienes la información para empezar a diseñar tu estrategia de comunicación y monetización.
- Finalmente tu visitante logra una navegación libre y tu ganas un usuario potencial interesado en tu marca que muy pronto se convertirá en un lead cualificado.

Es claro que las personas quieren estar conectadas en el lugar en el que estén y que la inmensa mayoría de lugares cuentan con WiFi gratuito para clientes nuevos y recurrentes, ahora la pregunta es ¿cómo convertir ésto en un beneficio para mi marca?.

Que tu principal objetivo sea crear experiencias de valor para tu audiencia gracias a tu zona WiFi, y a la vez que implique mejoras, incremente ventas y reduzca costos.

“Que tu principal objetivo sea crear experiencias de valor para tu audiencia gracias a tu zona WiFi, y a la vez que implique mejoras, incremente ventas y reduzca costos.”

“Es importante que tu zona WiFi cuente con una tecnología robusta, confiable y adaptable, que te permita: recopilar datos de quiénes se conectan, identificar patrones, crear perfiles detallados, conocer el tráfico de personas en tu espacio físico, su tiempo de permanencia, frecuencia de visitas y hacer analíticas”



¿Cómo lo logras?

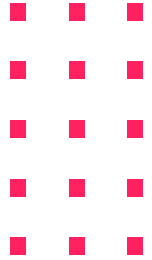
No pierdas la oportunidad de generar un vínculo directo con tus visitantes, miles de clientes se pierden por falta de comunicación, la mejor decisión que puedes tomar es conocerlos. Resulta siendo muy efectivo y a un costo bajo comparado con otras estrategias, el WiFi será una potente herramienta para fortalecer a tu marca, hacer campañas de marketing y crear mensajes en el tono indicado, pues tu público ya está segmentado y dispuesto a escucharte.

Supongamos que llega un visitante al centro comercial, quiere reservar boletos para cine y decide conectarse por WiFi, encuentra la red abierta, ingresa con sus datos, una encuesta, un sondeo o social login y finalmente logra la navegación; con esto ya se siente satisfecho, pero si además recibe la información que quieres transmitir, de marcas aliadas, restaurantes, eventos, o cupones descuentos, empiezas a generar una experiencia memorable y un vínculo con tu marca, en definitiva, ganaste a un cliente recurrente.



“Crea campañas de marketing WiFi exitosas generando menos costos.”

Crea campañas de marketing WiFi exitosas generando menos costos, las estrategias tradicionales de publicidad y marketing suelen requerir grandes presupuestos, así que deben estar muy bien creadas y ejecutadas, de lo contrario campañas con altas expectativas y grandes inversiones no cumplan los objetivos para lo cuales habían sido pensadas.



Empresas líderes en el mundo están siendo tan exitosas porque han entendido la revolución digital y concentran sus esfuerzos en acercarse a las audiencias aprovechando la tecnología y llegando de una manera más directa a las personas.

Contar con zonas WiFi gratuitas es una buena decisión, ya has segmentado a tu audiencia, le interesa tu marca, ahora puedes empezar a generar campañas de Marketing WiFi de localización o proximidad, que básicamente es un concepto que se refiere al uso del smartphone para alcanzar a los consumidores que están situados en un lugar específico.

Un saludo acompañado de ¿Cuál es la contraseña de tu WiFi? será obsoleto si ya cuentas con una red WiFi para invitados. Por ejemplo, un usuario va al café que acostumbra, su celular se conecta automáticamente, ya que hay sistemas que reconocen invitados recurrentes; tú le ofreces el mismo café pero en un tamaño más grande por el mismo precio, le invitas a comprar algo más, o le ofreces un descuento en su próxima visita; en pocas palabras, estás aprovechando el programa de fidelización de tu marca, el cual puedes implementar a través de tu zona WiFi. Finalmente, el invitado se sentirá satisfecho, has ganado la lealtad de ese cliente y generado un lazo entre tu marca y las emociones del cliente.

“ Contar con zonas WiFi gratuitas es una buena decisión, ya has segmentado a tu audiencia, le interesa tu marca, ahora puedes empezar a generar campañas de Marketing WiFi de localización o proximidad. ”

“ Finalmente, el invitado se sentirá satisfecho, has ganado la lealtad de ese cliente y generado un lazo entre tu marca y las emociones del cliente. ”





Crea experiencias de monetización en tu zona WiFi

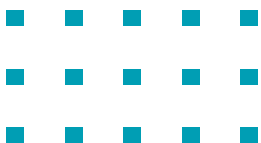
Monetizar una zona WiFi va más allá de la recopilación de datos de los usuarios, se trata de generar una propuesta de valor, el concepto de Monetización WiFi se refiere a obtener ingresos a través de tu zona WiFi de invitados.

Tienes miles de invitados conectados a través de tu zona WiFi, se sienten satisfechos porque de cierta manera sienten que les obsequias algo (Internet gratis), es decir, tienes un nicho al cual llegar con publicidad relevante, puedes o promocionar tus productos y servicios, o bien, tienes un espacio digital de pauta para venderlo al mejor postor.

Tu zona WiFi no será una gasto, será una inversión. Es un espacio que además de acercarte a tus clientes potenciales te genera el retorno de la inversión, pues tienes un canal a través del cual puedes divulgar tus propias campañas publicitarias y además es atractivo para anunciantes dispuestos a pautar en el espacio digital de tu zona WiFi.

Las estrategias de monetización WiFi son una oportunidad única para atraer, retener y recompensar a los visitantes, es primordial apuntar a que tu estrategia de monetización y los objetivos propuestos muestran resultados tangibles. Cada audiencia es diferente, así que lo conveniente es segmentar y fidelizar; definir los objetivos del canal, medir esfuerzos, probar y evidenciar resultados.

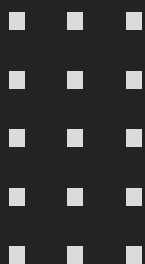
“ El concepto de Monetización WiFi se refiere a obtener ingresos a través de tu zona WiFi de invitados.”



Presupuestos más bajos que los que podrías gastar en publicidad tradicional muestran mejores resultados

Lograr que las personas reciban una publicidad que persuada no es tarea fácil, más aún si se ignoran las tendencias digitales, incluso los esfuerzos muchas veces superan los resultados de manera descompensada. La monetización WiFi logra de manera efectiva que anuncios relevantes y precisos lleguen al público indicado ya sea a través de un banner, un video, de juegos de gamificación, encuestas, descarga de aplicaciones o redes sociales; como resultado obtienes publicidad destacada para un público interesado y con mejores efectos.

“En definitiva, el modelo de monetización, permite generar unos ingresos adicionales a través del patrocinio de las marcas anunciantes y de las negociaciones con diferentes agencias, clientes directos y plataformas que hacen parte del modelo de comercialización.”

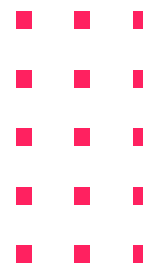


DataWiFi

DataWiFi es una de las tecnologías más completas y robustas que cuenta con módulos especializados para hacer analítica de la actividad de los usuarios dentro de tu zona WiFi, además de ser adaptable para administrar campañas de monetización WiFi.



La zona WiFi gratuita logrará que los anuncios publicitarios sean personalizados y muy cercanos a los intereses de los usuarios, gracias a que el sistema ya tiene un perfil de los quiénes se conectan, por ejemplo, tus anunciantes están interesados en entregar una pauta a un perfil demográfico específico: hombres entre 25 y 40 años que tengan carro, el sistema es inteligente y entrega únicamente el mensaje a este target de la audiencia. El resultado serán clientes potenciales recibiendo información dirigida lo que optimiza los resultados, la rapidez, eficiencia y eficacia de las campañas.



“ La zona WiFi gratuita logrará que los anuncios publicitarios sean personalizados y muy cercanos a los intereses de los usuarios, gracias a que el sistema ya tiene un perfil de los quiénes se conectan. ”





Modelos de monetización WiFi


“ la elección de un modelo u otro dependerá, de los objetivos finales de las campañas de tus anunciantes ”

“ la monetización programática no es más que la puja en tiempo real de los anuncios (Real Time Building). ”

¿Cómo monetizar mi zona WiFi para obtener ingresos? Vamos a la práctica, existen varios modelos de monetización, la elección de un modelo u otro dependerá, de los objetivos finales de las campañas de tus anunciantes, a continuación una guía para que puedas definir tu estrategia de monetización, estos modelos son los más utilizados por empresas líderes:

1. Monetización Programática

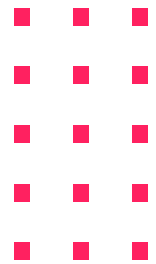
Es un modelo en el que puedes tener a varios anunciantes pautando en tu zona WiFi y el valor del anuncio depende de una subasta automática en tiempo real sobre el CPC (Costo por clic) de los anuncios. Imaginemos que el usuario que se conecta está interesado en hacer un viaje, empieza a recibir información extra sobre pasajes de una agencia de vuelos online, luego aparece el anuncio de otra agencia, lo que sucede es que el valor del anuncio va cambiando en tiempo real, así que la monetización programática no es más que la puja en tiempo real de los anuncios (Real Time Building).



“En el mercado existen sistemas muy robustos, confiables y adaptables como Datawifi que cuenta con módulos que permiten de manera dinámica construir experiencias orientadas a la acción, esto con el fin de aumentar los ingresos a través de la Zona WiFi.”

2. Pago por interacción

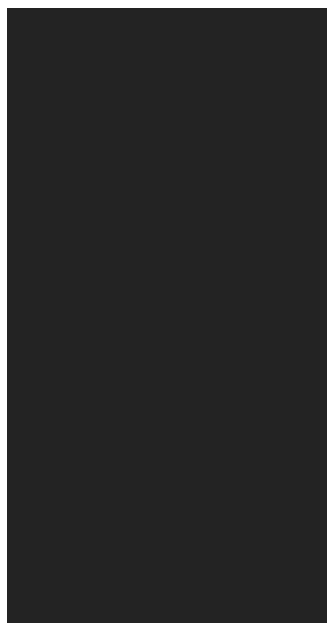
En este caso es el costo del anuncio se da por la acción que tenga el invitado con la publicación, es importante que el anunciante tenga claro el objetivo final que quiere alcanzar con la campaña; pues hay varias alternativas que se pueden adaptar a las necesidades del anunciante para motivar a que el usuario interactúe en ella, ya sea conocimiento de la marca, generación de tráfico, adquisición de leads (generación de contactos cualificados), o ventas. A partir de establecer este objetivo se define la mejor alternativa y el costo por cada acción exclusiva (no subasta) del visitante:



CPM (Costo por Mil) En esta opción puedes generar un costo por la cantidad de veces que se muestra un anuncio a los invitados dentro de tu zona WiFi, lo que quiere decir es que por cada 1000 impresiones (veces en las que aparece un anuncio) se establece un costo por el anuncio. Este método generalmente se utiliza para incrementar seguidores a la marca y dar a conocer un producto o servicio a la mayor cantidad de usuarios.

CPC (Costo por Clic) El presupuesto de este modelo de monetización lo estableces por la cantidad de veces que el invitado hace clic sobre los anuncios, el objetivo de este tipo de campañas es captar tráfico, el usuario se direccionará a una landing page, la cual se recomienda que sea la adecuada para que concluya el propósito de la campaña.

CPA (Costo por Acción) En este caso el usuario realiza una acción más compleja que un click después de que ve la información de tu anunciante, por ejemplo, suscribirse a una newsletter o comprar. El objetivo de este tipo de campañas es lograr compradores específicos en los momentos adecuados para conseguir el retorno de la inversión (ROI). En el mercado existen sistemas muy robustos, confiables y adaptables como Datawifi que cuenta con módulos que permiten de manera dinámica construir experiencias orientadas a la acción, esto con el fin de aumentar los ingresos a través de la Zona WiFi.



CPV (Costo por View) Esta es una alternativa en la que el anunciante quiere lograr que los invitados conectados a la zona WiFi vean un vídeo, el costo se define de acuerdo a la cantidad de personas que vean el vídeo, la principal ventaja de las zonas WiFi es que el vídeo debe verse por completo para obtener el beneficio de navegación gratuita.

CPL (Costo por lead, generación de contactos cualificados) En este tipo de campaña llegamos a usuarios que están más que interesados en la marca, ese usuario conectado a la zona WiFi gratuita pasa a convertirse en un cliente potencial dispuesto a comprar, en este caso la acción que realizará el usuario será registrarse, completar un formulario, realizar una descarga o suscribirse a algún servicio para que sea contactado con estrategias de marketing especializado y generar programas de fidelización dentro de una base de clientes potenciales. Usando los módulos de Datawifi de perfilación, segmentación y marketing progresivo los contactos son cualificados con éxito.

Sondeo (Investigación de Mercados) Si tu anunciante quiere saber la percepción que tiene su audiencia sobre su producto o servicio, este es un mecanismo ideal, puede generarse a través de encuestas para obtener información cuantitativa, cualitativa o mixta breve y rápida para que el anunciante pueda llevarse una idea sobre la situación del mercado.

“ Usando los módulos de **Datawifi** de perfilación, segmentación y marketing progresivo los contactos son cualificados con éxito. ”



3. Botón de Pagos

Es un modelo de monetización en el cual la gente paga por tener un acceso a Internet con mejores condiciones, si las personas quieren una conexión de mayor velocidad y que genere una mejor experiencia, el anunciante tendrá la opción de incluir el botón de pagos para que a través de su tarjeta de crédito puede adquirir el servicio y pueda tener un acceso más rápido.

“ En general, existen diferentes modelos de monetización, lo importante es que definas la mejor alternativa de acuerdo al objetivo final de la campaña, puedes programar una parrilla de contenidos con tus anunciantes y poner a correr la campaña más acertada a las necesidades, así como también es posible combinar los modelos de monetización que creas que pueden funcionar mejor dentro las estrategias de monetización WiFi. ”





En conclusión...

La era del Internet seguirá evolucionando y la data de las personas y sus comportamientos tienen mucho valor. El nuevo cliente omnimedia requiere de una comunicación constante por los distintos canales, para interactuar en el lugar que se mueve, tiendas físicas (Retail), bancos, hoteles, ciudades inteligentes, restaurantes, en general, cualquier nicho con gran concentración de personas es ideal para integrar tu zona WiFi con tu audiencia ya segmentada. El número de teléfonos inteligentes incrementa y así las oportunidades que se pueden alcanzar a través de esta poderosa herramienta.

La data está ahí todo el tiempo, es necesario recopilarla y analizarla porque está revolucionando a la publicidad tradicional. Las empresas deben pensar dónde y cómo centrar sus estrategias de marketing y monetización para que sean innovadoras y cumplan los objetivos propuestos. El reto actual es llegar masivamente a las audiencias en el lugar y momento preciso, no es suficiente con tener a muchos usuarios interesados si no somos capaces de identificarlos, crear un lazo con ellos, y motivarlos a vivir nuestra marca, el WiFi para invitados debe crear la diferencia con la competencia brindando mayor valor a clientes perfilados.

Las estrategias de monetización WiFi deben llevar a los usuarios de la red WiFi a vivir una experiencia memorable en el lugar que estén, que le brinde recomendaciones adicionales a partir de las cuales empezamos a construir una estrategia de monetización, la esencia está en que por nuestro lado podamos seguirlo a donde él vaya dentro de nuestro espacio físico para darle siempre la mejor opción a través de los modelos de monetización como sondeos, visualización de banners vídeos, branding, compras o descargas en línea, entre otros; y que se vean reflejados en un retorno de la inversión, aumento de ventas, reducción de costos y estrategias de publicidad y marketing más eficaces y eficientes a costos más bajos, pues llegan a públicos segmentados, lo cual representará mejores resultados frente a las expectativas de un mercado cambiante.