

**PROMOCIONES POR
INTERNET: ¿SON
REALMENTE RECORDADAS
POR LOS USUARIOS Y
EFECTIVAS PARA LAS
EMPRESAS?**

Por:

Sonia Brenes Hernández,

sbrenes@hotmail.com

Oswaldo Ramos Carmona,

osvaldo@bio-land.org

Karina Sanabria Ramírez,

kari2585@gmail.com

Eduardo Valverde Masís,

eduvalma@yahoo.es

Internet como nueva plataforma de negocios y medio para formular novedosas estrategias de mercadeo, ha logrado un cambio trascendental en la sociedad y en la economía de los últimos años.

Esta herramienta se ha expandido tanto, que cada vez son más los usuarios que pueden accederla desde la comodidad de sus hogares, además es común ver la proliferación de pequeños negocios de alquiler de máquinas (café Internet), empresas o comercios que proveen a sus clientes puntos de acceso inalámbrico y usuarios que ingresan a Internet a través de su línea celular.

Son muchos y diferentes los usos que se le da a la Internet, tanto a nivel de usuarios como de empresas, por ejemplo: revisar correo electrónico, buscar y brindar información sobre productos o servicios, realizar transacciones bancarias, compras, ventas y pagos, entre otros.

Frecuentemente, a nivel de usuario, estas actividades se ven interrumpidas por páginas emergentes, banners, o correos electrónicos masivos que llegan sin que se soliciten. Sin embargo, en algunas ocasiones contienen información o promociones que captan la atención del internauta, ya que son llamativas por si solas o por el producto o servicio ofrecido.



¿Qué motiva a los usuarios a abrir o no estas promociones?

Según la investigación de mercados sobre la recordación y efectividad de las promociones por Internet, alrededor de un 58% de los usuarios las abren motivados por el descuento, el precio o el premio que obtendrían al participar en ellas. El 42% restante de personas que no las abren, principalmente es por falta de interés y desconfianza o inseguridad.

Además, esta investigación demostró que del 71% que afirmaron haber observado promociones por Internet, las más recordadas son las relacionadas con viajes o turismo, tarjetas de crédito y en tercer lugar entretenimiento o diversión. Por esta razón, las empresas que incluyan estos productos o servicios en su catálogo deberían aprovechar esta herramienta y tomar ventaja de un medio de bajo costo comparado con el alcance obtenido.

Efectividad de las promociones por Internet

Las empresas pautan promociones en Internet con la finalidad de ampliar su mercado, posicionar su marca y obtener mayores ingresos,

por lo que es importante conocer qué tan efectivas son éstas y qué podrían hacer para aumentar esta efectividad. Como respuesta a esta interrogante, el estudio realizado determinó que la mitad de los usuarios que han participado de promociones a través de Internet decidieron comprar el producto o servicio ofrecido en las mismas, es decir, que de cada dos clientes potenciales uno se ve influenciado a tal grado que materializa la compra. El otro 50% que no adquirió el producto o servicio, al menos mantiene en su mente la marca.



Aspectos que deben considerar las empresas que promocionan por Internet

Algunos aspectos que las empresas podrían tomar en consideración al promocionar por Internet son los siguientes:

- Invertir recursos en Internet de forma más agresiva y constante.
- Contar con un Sitio Web y procurar aparecer en los primeros lugares de los buscadores.
- Atraer por primera vez a los usuarios con regalías o muestras gratuitas.
- Utilizar los descuentos, precios especiales y premios en las promociones, ya que son lo más atractivo para los usuarios.
- Garantizar seguridad y confiabilidad cuando envíen promociones por medio de Internet, por ejemplo utilizando el nombre de la marca del producto o servicio como principal detalle y para darle respaldo y credibilidad a la misma.
- Conocer más el perfil y comportamiento de compra del

cliente para realizar promociones más dirigidas a éste.

Es evidente que con la Internet las distancias desaparecen, las jornadas u horarios de servicio del comercio han sido desfasadas en un mundo donde hay oportunidad de interactuar las 24 horas al día, en cualquier parte del mundo, por lo que la exposición de las promociones y la imagen de las marcas ante un auditorio global crece cada día.

No obstante, la decisión de aprovechar la herramienta de Internet en los negocios depende de cada empresa o persona, pues si bien lo dijo Henry Ford *“el verdadero progreso es el que pone la tecnología al alcance de todos”*.

