

Lo Quiero Todo o Nada

Innovación: El Nuevo Camino al Éxito



Solo 7% 8%

tiene intención de aumentar el gasto en smartphones, tablets, portátiles o PCs



-21p.p. -16p.p.

Decrecimiento desde 2014 (puntos porcentuales)



Solo 8% 7%

tiene intención de aumentar el gasto en servicios móviles (incluido servicio de voz y datos)



-6p.p. -4p.p.

Decrecimiento desde 2014 (puntos porcentuales)



¿Qué animaría a un screenager a comprar más productos y servicios ?



82% 80%

dijo fiabilidad y velocidad en la resolución de problemas

76% 65%

dijo una amplia gama de productos y servicios que funcionen bien y sean compatibles entre ellos

59% 51%

dijo contenido exclusivo o servicios únicos

35% 39%

comprará un smartphone en el próximo año para obtener las últimas prestaciones y funciones más innovadoras

Oportunidades

Innovación a escala

Ante la velocidad cambio, innovar es un reto. Aún no hay un modelo claro pero sí tenemos aproximaciones: hay que dotarse de capacidades internas (departamentos específicos, comunidades o start-ups internas), contratar compañías externas especializadas o acudiendo a soluciones mixtas como plataformas, start-ups y desarrolladores que permitan extender nuestros servicios.

Servicios premium

Los monetización de los servicios tiene dos ejes principales publicidad o pago por el servicio. Los consumidores digitales están dispuestos a pagar más siempre que ganen algo adicional. La eliminación de la publicidad puede no ser suficiente. La demanda de servicios premium va más enfocada a la mejora de calidad de audio /video, nuevas funcionalidades, etc. Pero hay que seguir trabajando en la creación de contenido, no solo de mayor calidad sino personalizado y exclusivo para el consumidor.

Producción, distribución y personalización de contenidos

La creación de contenidos personalizados es una demanda constante de los consumidores digitales. Esto introduce una complejidad en cadena. Las compañías que sepan “automatizar” la producción, distribución y personalización de los contenidos, conseguirán disponer de estos en menor tiempo y con una mayor calidad, lo que supondrá una mayor fidelización del cliente. Cuando los consumidores ven un video explicativo no quieren que sea genérico quieren que les hable a ellos.

Ecosistema y colaboración con partners

El futuro de la economía digital lo están definiendo las grandes plataformas que atraen por un lado a empresas y socios y por otro a usuarios. Esto permite la explotación de datos, la extensión de la base de clientes y la experimentación ágil de nuevos modelos de negocio.

El principal exponente de futuro es la economía colaborativa, para la que se estima una inversión de 335.000 millones de dólares en 2025.

01

El Efecto Multiplicador

02

Tu, Yo & IoT

03

Perdido en la Transmisión

04

Lo Quiero Todo o Nada

05

La Fidelidad a la Marca