



EL MANUAL DE MARKETING DE SOLUCIONES EXPERIENCIALES MULTIMEDIA

Cómo aprovechar el poder de las soluciones experienciales multimedia para maximizar la experiencia del cliente en la tienda.

EL MANUAL DE MARKETING DE SOLUCIONES EXPERIENCIALES MULTIMEDIA

Índice

- 1 ¿En qué consisten las soluciones experienciales multimedia?
- 2 Soluciones experienciales multimedia y la experiencia del cliente en la tienda
- 3 La ciencia de las soluciones experienciales multimedia
- Las herramientas de las soluciones experienciales multimedia
- 5 Aplicaciones de soluciones experienciales multimedia en la industria

¿En qué consisten las soluciones experienciales multimedia?

Las soluciones experienciales multimedia suponen la creación de una experiencia en la tienda inspiradora, inmersiva y participativa, que conecta con los clientes y deja una impresión duradera. Utiliza los sentidos como un lienzo para plasmar una pintura bien definida de tu marca y de tus productos.

Desde las soluciones de digital signage, como las pantallas digitales interactivas que inspiran, informan y empoderan a los clientes, hasta las soluciones audiovisuales multimedia como música de fondo de marca que refleja los rasgos de personalidad de tu marca que comparte con tus clientes, pasando por los aromas en tienda que generan fuertes emociones y recuerdos, o incluso la creación de una combinación escalable de herramientas de soluciones multimedia que ayudan a influir en la fidelidad del cliente y en su comportamiento de compra. Cuando quieras crear un proceso de compras que se perciba más personal, participativo y gratificante (tanto para el consumidor como para tu cuenta de resultados), las soluciones experienciales multimedia te ayudarán a conseguirlo, más rápido.

Las marcas con éxito crean conexiones que son significativas y que ayudan a establecer su diferenciación.



En 2019, Forbes informó de que un **77 % de los** vendedores usaban alguna forma de soluciones experienciales multimedia como parte vital de su estrategia de marketing. Además, un estudio de Eventbrite mostró que los Millennials tienen una mayor tendencia a comprar cuando se incluyen experiencias de soluciones multimedia interactivas en el proceso de compra.

REI, un minorista de equipamiento de actividades al aire libre y ocio, es un gran ejemplo de marca que incorpora estrategias de soluciones multimedia experienciales en su experiencia de clientes. Además de playlists de música de marca para establecer el estado de ánimo general y de digital signage personalizado para educar e informar, la marca ha organizado eventos de acampada nocturna en la tienda para permitir que los clientes interactuasen físicamente con los productos de una forma muy sensorial.

De forma similar, marcas de automóviles de lujo como Ferrari utilizan contenido sensorial y tecnología en sus salas de exposiciones para crear experiencias altamente inmersivas. Desde pantallas digitales sorprendentes mostrando contenido de estilo de vida y salas de configuración donde los clientes pueden crear su propio vehículo usando una tableta de configuración, hasta una variedad de playlists de música seleccionada que varían según la zona dentro del concesionario, muros de productos interactivos y aromas personalizados, Ferrari utiliza soluciones experienciales multimedia para darle vida a su marca.

Al incorporar soluciones experienciales multimedia como parte de tu experiencia de cliente en la tienda podrás crear:

- + Una oportunidad para que los clientes realicen una conexión más profunda con tu marca.
- + Una forma impactante de dar vida a la misión y valores de tu marca.
- + Espacio para que tus clientes aprendan algo nuevo.
- + Una nueva definición de la «tienda» o del concepto de espacio físico que va más allá de una mera transacción.

Soluciones experienciales multimedia y la experiencia del cliente en la tienda

Con la llegada de la Era de la Tecnología, se predijo frecuentemente que Internet eliminaría la necesidad de la tienda física. Pero incluso marcas como Amazon y Warby Parker, las cuales se originaron online, han reconocido la necesidad de tener una presencia de tiendas físicas. La gente quiere a menudo experimentar una marca, sus empleados y productos en tiempo real antes de realizar una compra. Aunque el impacto de la tecnología ha cambiado de forma irreversible las operaciones de comercio al por menor, también influye el papel de tu tienda física. Los consumidores quieren una experiencia de compra en tienda que sea más que una mera transacción y que sea una verdadera «experiencia».

«La forma en que se hace sentir al cliente desde el momento en que entra en tu tienda importa, desde el sonido, el aspecto, el aroma y la experiencia sensorial general. Influirá en la decisión de si el cliente se queda (incremento de tiempo de estancia), compra y, en definitiva, vuelve».

- Jaime Bettencourt SVP, North America & Global Services Sales, Mood Media



Un 78 % de los clientes globales citan «una atmósfera de tienda agradable» es un factor clave para preferir las tiendas físicas al ecommerce



Un 90 % dice que es más probable que vuelvan a visitar una tienda que usa la música, las visuales y el aroma. Las marcas de ropa y de muebles experimentan a menudo la distancia que existe cuando solo venden productos online. Los estudios de Mood Media muestran que la posibilidad de tocar, probarse e interactuar físicamente con los productos es una razón clave por la que un consumidor escoge realizar la compra en la tienda en vez de online, y esos componentes son una parte clave de una experiencia de cliente mejorada. La capacidad de tocar físicamente y probarse una pieza de ropa, o de probar la esponjosidad de una almohada, o incluso lo blandos que son los cojines de un sofá solo se puede realizar en la tienda. Estas interacciones tienen una mayor probabilidad de convertirse en compras, ahora y en el futuro. Una interacción puede generar muchas más.

Los estudios demuestran que el proceso de compra libera dopamina, que se asocia con las actividades placenteras.

El retorno sobre la inversión para las soluciones experienciales multimedia puede ser exponencial, porque 8 de cada 10 consumidores globales dicen que recomendarían una tienda si encontrasen que los elementos de digital signage, música y aroma eran agradables. Considere estas recomendaciones, o este boca a boca, como la forma original de las redes sociales. Los compradores quieren compartir experiencias que sean memorables, notables y relevantes para sus valores... y los de tu marca.

«La inmediatez, relevancia e intimidad que conforman nuestras experiencias como consumidores individuales están dando forma a las expectativas de la experiencia en tienda. Debe ser inmediata, debe ser relevante y debe ser para mí».

- Danny Turner, Global SVP, Creative Programming, Mood Media

Y no olvidemos que uno de los elementos más importantes que valoran los consumidores en un entorno de compras físico: tus empleados. Las personas que están allí para ofrecer conocimiento e información, e incluso para echar una mano, teniendo un impacto significativo sobre cómo experimentan tu marca los clientes. Las soluciones experienciales multimedia no sirven solo para tu estrategia de marketing de cara al cliente; también puede apoyar los esfuerzos de formación y retención de empleados.

Al considerar cómo impactan las soluciones experienciales multimedia en tu tienda, hazte estas preguntas:

- + ¿Oué valores de marca quieres demostrar en la tienda?
- + ¿Cómo describirías el «estado de ánimo» y la «personalidad» de tu marca?
- + ¿De qué forma pueden las soluciones visuales, de sonido y de aromas dar vida a esos valores y a esa personalidad?
- + ¿Qué ventajas proporciona la experiencia de compra física a tus clientes, y cómo puedes reforzar esas ventajas usando soluciones multimedia experienciales?

La ciencia de las soluciones experienciales multimedia

Las tecnologías de Respuesta Galvánica de la Piel (GSR o Galvanic Skin Response) y de Registro Visual (ET o Eye Tracking) son dos métodos que se han usado para medir el impacto emocional de las soluciones experienciales multimedia en la tienda. GSR es una medida del sistema nervioso periférico que muestra si estamos activados y sentimos energía cuando vemos, oímos y olemos algo, mientras que ET mide la atención visual para entender lo que atrae la vista, en qué orden, y el nivel de enfoque visual.

Un estudio reciente de Mood Media titulado «Cuantificación del impacto del marketing sensorial» incluyó mediciones de GSR y de ET en un entorno de tienda de deportes. Al activar y desactivar elementos de soluciones experienciales multimedia para medir las diferentes reacciones de los consumidores, el estudio descubrió que los consumidores estaban un 28 % más animados emocionalmente cuando existía el marketing olfativo. El registro visual mostró que la percepción que los compradores tenían de las pantallas se incrementaban en un 5 % si se activaba contenido en movimiento (en lugar de imágenes estáticas). Y los niveles de GSR mostraron que los consumidores tenían un 17 % más de sensibilidad emocional, pero de forma negativa, cuando realizaban la compra en un entorno silencioso. Al preguntarles, esos compradores se describieron como raramente conscientes de su propia presencia al no recibir estímulos ambientales. Como resultado, se sentían menos cómodos explorando la tienda, y se redujo su tiempo de permanencia en ella.



Las herramientas de las soluciones experienciales multimedia

Digital Signage

En un estudio de 2022 sobre tendencias en la tienda, Mood Media encontró que el contenido de digital signage atractivo tiene el mayor impacto en las decisiones de compra de los consumidores, con un 26 % diciendo que les anima a comprar algo. Otro 23 % volvería a la tienda, y un 22 % dijo que se quedaría más tiempo. El digital signage, los video walls y las pantallas interactivas son algunas de las herramientas más efectivas para las campañas de temporada y las ofertas, promociones y mensajes inspiradores. Las pantallas digitales ayudan a darle vida a la historia de tu marca de una forma que llamará la atención de los clientes y los introducirá en una experiencia visual dinámica.

El digital signage también se puede usar para aprovechar las comunicaciones a los empleados y apoyar la formación y el desarrollo profesional. Puede ser un canal de comunicación interna efectivo para los mensajes corporativos, los vídeos de formación, los éxitos de equipo o incluso los anuncios de celebraciones como cumpleaños y aniversarios laborales. Tu puedes seguir ampliando la lista.

Con el digital signage se puede crear contenido orientador para guiar a los clientes más fácilmente a través de su trayecto de compra, los tablones de menús digitales para una mejor gestión del menú y la eficiencia, pantallas interactivas para procesos de registro y pago sin problemas, o una variedad de ofertas de contenido que proporcionen mayor información sobre el producto a entretonimiento.



Un 26 % de los consumidores dice que el digital signage les anima a comprar algo

26%

23%

Un 23 % de los consumidores volverían a una tienda que usase digital signage

Un 22 % de los consumidores dicen que se quedarían más tiempo en una tienda con digital signage



Las herramientas de las soluciones experienciales multimedia

Música ambiental y mensajes

¿Has considerado la importancia de la música ambiental y los mensajes y el papel que juegan en la experiencia de los clientes y de los empleados? La música te permite conectar emocionalmente con tus clientes y demostrarles que compartes sus mismos gustos y valores. Numerosos estudios han mostrado que la música en la tienda incrementa el tiempo de permanencia, lo que aumenta la cantidad de compra y, por tanto, las ventas.

Un estudio de Mood Media reveló que un 83 % de los compradores estadounidenses dicen que les gusta escuchar música cuando están comprando en una tienda física. Esta cifra se dispara hasta el 91 % para las personas entre 18 y 24 años. Sin embargo, no se trata simplemente de reproducir cualquier tipo de música; se trata de poner la música adecuada que vaya bien a la marca y al consumidor. Un 57 % de los consumidores dijeron que dejan de comprar en una marca que use música «que no pegue» o que esté demasiado fuerte

Para algunas marcas, se pueden incorporar mensajes en las playlists de música para informar a los compradores mientras se les entretiene. Se puede usar este medio para contestar las preguntas más frecuentes, informar a los clientes sobre productos populares o especiales y mucho más.

Las herramientas de las soluciones experienciales multimedia

Soluciones de aromas

El sentido del olfato juega un papel principal en la experiencia humana de la memoria y las emociones. De hecho, los estudios muestran que es 100 veces más probable que recordemos un recuerdo gracias a un olor que a algo que hayamos tocado, visto u oído. Y luego están los aspectos de mejora del estado de ánimo al experimentar un aroma agradable. La investigación del marketing con aromas nos dice que los clientes experimentan una mejora del 40 % en su estado de ánimo cuando se usa marketing olfativo. Al igual que con la música, el marketing olfativo puede hacer que los clientes se queden más tiempo en tu tienda y que compren más productos de lo esperado. Un estudio demostró que los compradores de Samsung estimaron que su tiempo de permanencia en tienda era de un 26 %, y que visitaron tres veces más categorías de producto cuando se expusieron a fragancias relevantes y temáticas.

Una cadena global de hoteles usa de forma consistente su aroma de marca para garantizar que los huéspedes lo reconozcan en cualquiera de sus vestíbulos de todo el mundo. Quieren que sus huéspedes frecuentes se sientan inmediatamente «en casa», y saben que los aromas crean una sensación familiar que conecta inmediatamente con los huéspedes y los relaja de sus tensos viajes.

Un comercio al por menor de artículos deportivos, INTERSPORT, obtuvo **un incremento de ventas del 28 %** en las zonas de fútbol cuando añadieron el aroma de hierba recién cortada en esa zona de la tienda.

Dependiendo del tamaño del espacio o del número de zonas distintas dentro de un inmueble, el marketing olfativo utiliza diferentes difusores electrónicos instalados en pared o suelo o un sistema de difusión del aroma instalado en los equipos de aire acondicionado.



MOOD: MEDIA | EXPERIENCE. BY DESIGN

Las herramientas de las soluciones experienciales multimedia

Sistemas

El uso de un sistema audiovisual que combine todas las herramientas de soluciones experienciales multimedia es esencial para el éxito de tu estrategia. Un sistema audiovisual transformará tu tienda física en un espacio que puede acoger, facilitar y dar vida a tus ideas. Apoya la gestión integral centralizada, que puede personalizarse para controlar una o múltiples ubicaciones.

Mood Media suministra sistemas de calidad comercial para apoyar tus necesidades, que se pueden ampliar a medida que creces. Y a través de su plataforma CMS llamada Mood Harmony™, la plataforma de experiencia de marca, los usuarios pueden gestionar fácilmente todo el contenido de audio y de vídeo en múltiples ubicaciones. Desde el diseño de contenido y la instalación hasta la gestión de las integraciones tecnológicas necesarias, tu sistema de gestión juega un papel clave en las operaciones diarias y en la distribución de soluciones multimedia en tienda.

Aplicaciones de soluciones experienciales multimedia en la industria



Ventas al por menor

Un comercio minorista de bisutería utilizó Mood para combinar y mejorar la personalidad de su marca ante los clientes. Con el uso de digital signage, música y sistemas de sonido, pudieron mejorar la conectividad, comunicaciones y experiencia general de su marca tanto para sus clientes como para sus empleados.

Otros usos incluyen:

- + Tablets interactivas para mostrar información y ofertas de productos
- + Programas de música diseñados de forma profesional tema a tema
- + Videografía y gráficos de productos animados dinamicamente

«Las investigaciones muestran que los consumidores buscan hoy tres cosas clave cuando hacen compras en tiendas físicas: enséñame algo nuevo; haz que la experiencia sea mejor y agradable para que me valga la pena levantarme del sofá e ir a la tienda; empodérame con tecnología práctica que me permita controlar mi proceso de compra. Las marcas que consigan las tres cosas son las que ganarán en el mercado».

> - Scott Moore Global CMO, Mood Media



Industria automovilística

Muchas marcas en la industria automovilística usan varias soluciones experienciales multimedia de Mood, incluyendo música, mensajes, digital signage, aromas y sistemas. En algunos casos, Mood crea contenido de marca, breve y personalizado que es exclusivo para las marcas dentro de la industria automovilística. Un concesionario de automóviles de los EE. UU. colaboró con Mood para añadir soluciones de música y aromas y así apoyar su éxito.

Otros usos incluyen:

- + Mensajes en espera
- + Tablones de menús de servicios
- + Soluciones audiovisuales personalizadas

- + Video walls
- + Pantallas interactivas



Sector sanitario

Las soluciones experienciales multimedia se pueden usar para mejorar la experiencia de los pacientes. Usando música que reduzca la ansiedad y aromas personalizados que relajen la mente, los centros de salud de cualquier tamaño están aprovechando las soluciones de Mood para crear una atmósfera más adecuada para sus pacientes y visitantes. Las pantallas de digital signage proporcionan mensajes personalizados y programación para familias que mantienen entretenidos e informados a los pacientes y a sus familias mientras esperan. También se usan para mostrar los turnos de los pacientes y así facilitar las citas.

Otros usos incluyen:

- + Mostrar consejos de salud
- + Enmascaramiento de sonido para proteger la confidencialidad de los pacientes
- + Sistemas audiovisuales



Sector financiero

Las instituciones financieras usan pantallas digitales para contestar las preguntas más frecuentes, mensajes en espera personalizados para gestionar el tráfico de llamadas y la instalación de soluciones audiovisuales en las salas de conferencias para mejorar las reuniones y los eventos. HFS Federal Credit Union usó Mood para gestionar sus mensajes en espera e informar sobre sus páginas de redes sociales, destacar su participación en la comunidad y favorecer sus servicios financieros. Mood creó una canción de guitarra acústica animada personalizada que acompaña sus mensajes en espera, así como música ambiental en sus ubicaciones físicas. Los estudios de Mood han mostrado que los clientes y los empleados se sienten más cómodos teniendo conversaciones confidenciales cuando hay música de fondo.

Otros usos incluyen:

- + Digital signage
- + Sistemas de paginación
- + Enmascaramiento de sonido
- + Música de fondo personalizada



Gimnasios

La música y las pantallas digitales transforman por completo la atmósfera de las instalaciones de fitness. Con soluciones de contenido personalizadas y música de fondo, puede dar vida a su marca de fitness mientras mantiene a los miembros entretenidos. Trabaje junto con diseñadores musicales profesionales para crear listas de reproducción de marca que mantengan a los miembros en movimiento y a los empleados comprometidos. Use mensajes generales para mantenerse conectado con los miembros de su equipo en toda la instalación.

Otros usos incluyen:

- + Pantallas promocionales
- + Video walls
- Ouioscos interactivos



Supermercados

La implementación de instalaciones de marketing experiencial, como display dinámico o mensajes, permite una mejor difusión de información y promociones de productos. Mood Media realizó un seguimiento de un estudio de 60 días en Earth Fare, un supermercado en Charlotte, Carolina del Norte. La instalación de menús digitales en su espacio de café ha conseguido un aumento del 10% en las ventas de alimentos

Otros usos incluyen:

- + Promociones de productos en las cabeceras de góndola y estantes inteligentes digitales
- + Mensajes de marca corporativa en toda la tienda
- + Promociones de temporada y eventos
- + Participación, formación y entretenimiento de los empleados



Hostelería

Regala a tus huéspedes una atmósfera que se pueda considerar hogareña. Desde grandes marcas de hostelería famosas hasta hoteles boutique y hoteles independientes, el papel de las soluciones experienciales multimedia en esta industria es infinito. Las soluciones de aromas crean un entorno acogedor que relaja y revive los sentidos. Esta industria también usa pantallas digitales para informar a los huéspedes sobre el tiempo local, las noticias e incluso recomendaciones de restaurantes y entretenimiento.

Otros usos incluven:

- + Playlists de música de fondo personalizada
- + Tablones de menús digitales para restaurantes y bares de comidas en las instalaciones.
- + Promociones de temporada y eventos

- + Conserje virtual
- + Soluciones para indicar direcciones
- + Quioscos interactivos para llegadas y salidas



Restaurantes de comida rápida

La industria de restauración de servicio rápido depende de la puntualidad y eficiencia para mantener el éxito de sus negocios. Los quioscos digitales que permiten los pedidos sin contacto han transformado la forma en que los clientes interactúan con los empleados del local. También existe la flexibilidad respetuosa con el medio ambiente al usar tablones de menús digitales con imágenes de vídeo de gran calidad que se pueden gestionar rápidamente y por segmento horario. La televisión comercial gratuita con contenido familiar mantiene entretenidos a los clientes mientras disfrutan de su comida. Y en un momento en el que las ventas de autoservicio representa el 75 % del total, temas como los sistemas de auriculares actualizados para garantizar una comunicación completamente nítida son clave para conseguir una experiencia positiva del cliente y del empleado.

Otros usos incluyen:

- + Monitores de comunicación en la cocina
- + Sistemas audiovisuales
- + Música en el local

- + Sistemas drive-thru
- + Formación y retención de empleados operativos



Salones y spas

Un popular spa para mascotas, Pet Paradise, usó soluciones de Mood para transformar la forma en que suministraban sus servicios a los propietarios de mascotas. Usaron pantallas digitales para eliminar los menús impresos de sus servicios y como canal para sus ofertas, promociones, recordatorios y más. También incluyeron música de fondo para mantener un buen estado de ánimo de sus visitantes y empleados. Otro cliente, One Ocean Resorts, dotó sus lujosas instalaciones con sistemas audiovisuales y soluciones de aromas para las zonas públicas y su spa de servicios completos.

Otros usos incluyen:

- + Mensajes en espera
- + Música de fondo profesional
- + Playlists seleccionadas profesionalmente

Los consumidores modernos, conscientes y responsables, exigen cada vez mejores experiencias a las marcas que quieren interesarles. Las marcas que reconsideren todos los elementos que definen la experiencia del cliente, que utilicen las soluciones experienciales multimedia de una manera innovadora durante el proceso de atención al huésped/viaje del cliente, y que aseguren que todos estos elementos funcionen juntos, serán las marcas que serán recompensadas.

Para conocer mejor el poder de las soluciones experienciales multimedia, visita nuestra página de recursos https://moodmedia.com/es/recursos/. O ponte en contacto con nosotros en cualquier momento en https://moodmedia.com/es/contacto/ventas/ si prefieres hablar personalmente con un asesor de marca de Mood para conocer de qué forma pueden las soluciones multimedia experienciales maximizar la experiencia de tus clientes y transformar tu negocio.

Acerca de Mood Media

Mood Media es la empresa líder mundial en soluciones experienciales multimedia que maximiza la experiencia del cliente y aporta valor a los negocios y marcas de todo el mundo. Nuestras soluciones completamente integradas aprovechan la tecnología digital avanzada, contenidos creativos originales y seleccionados, y experiencia en el diseño para convertir cada experiencia de compra y de alojamiento en algo más personal y agradable.