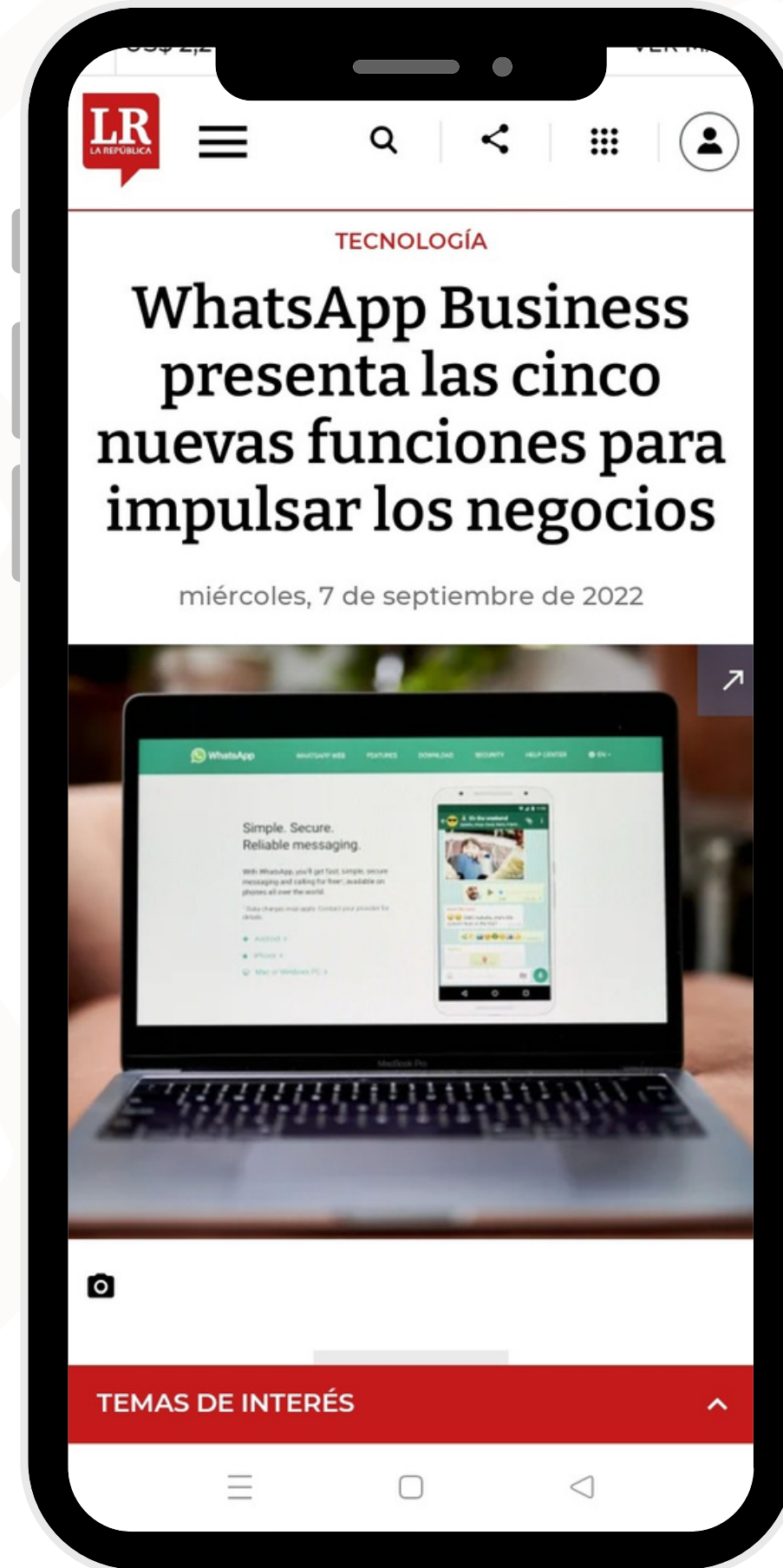


PREPARA TODOS



TU RESUMEN DEL
2022

PR PARA TODOS



PREPARA TODOS

GERENTE

5:34 5G 100%

GERENTE.COM

Estas son las cinco nuevas funciones que trae WhatsApp Business para impulsar los negocios

En Colombia, de acuerdo con We are social, WhatsApp es la segunda plataforma digital más usada con un 94% de participación. En el 2020 ya se posicionaba como herramienta de compra para el 74% de los colombianos, según Accenture, debido a los cambios en el consumidor producto de la pandemia.



Publicado: septiembre 5, 2022, 6:02 pm



PREPARA TODOS



PREPARA TODOS

Semana



PREPARA TODOS

EL ESPECTADOR

Día Internacional de la Alfabetización

En el último reporte de la Cámara Colombiana del Libro queda en evidencia que los colombianos tan sólo leen 2,7 libros al año, y si bien la pandemia pudo ser un factor que dinamizó los hábitos de lectura, hoy por hoy la sociedad tiene índices muy bajos en comparación con países como India, Tailandia, China, Fi-

lipinas, Egipto, República Checa, Rusia, entre otros. Habría que agregar que en Latinoamérica, según un estudio realizado por la plataforma Buscalibre, Colombia es el cuarto país que más lee en la región, por debajo de Argentina o Chile, donde el promedio de lectura de las personas es de más de cinco libros por año.

Por esta razón es tan importante resaltar fechas como la del pasado 8 de septiembre, en que se celebró el Día Internacional de la Alfabetización, que de acuerdo con la Unesco, promueve la enseñanza de la lectura y la escritura a un derecho humano fundamental y que Colombia debe impulsar aún más.

Educación



Ver negocios cercanos y la posibilidad de pagar, entre las principales novedades. / Cortesía de ConectaBuenos Puntos

Emprendimientos y negocios

Educación financiera en redes sociales

Ya sea como canal de atención y hasta para comprar y ver negocios cercanos, así está cambiando el mundo de las apps.

El mundo financiero también requiere de una educación y más aún cuando se emplean tecnologías que fortalecen pequeñas empresas o grandes negocios. En Colombia, de acuerdo con We are Social, WhatsApp es la segunda plataforma digital más usada, con un 94 % de participación, y una buena parte de ese uso está encaminado en ser el principal canal de atención y ventas para emprendedores o pequeños negocios, siendo así una atención más personalizada. En 2020 ya se posicionaba como herramienta de compra para el 74 % de los colombianos, según Accenture, debido a los cambios en el consumidor producto de la pandemia. WhatsApp es uno de los canales de venta y atención al cliente más importantes para empresas de todos los tamaños en la actualidad. Como parte de la apuesta de la plataforma por la mensajería empresarial ha dado a conocer las nuevas funciones que lanzará a lo largo del segundo semestre de este año y del primero de 2023.

A continuación le presentamos las cinco nuevas funciones más relevantes para implementar en su negocio y que llegarán dentro de los próximos meses al país, de la mano de Oscar Martan, experto en WhatsApp y referente de la plataforma en Latinoamérica.

1. Pagos o transferencias dentro de la app con WhatsApp Pay. Ya no será necesario salir de la plataforma para enviar o recibir dinero, se podrá integrar una cuenta bancaria para realizar y recibir pagos haciendo clic en un botón dentro del chat.

2. Comunidades. Ahora se podrán dividir los grupos por intereses específicos de los usuarios e incluirlos en subgrupos donde solo se les entregue información sobre lo que quieren saber. "Por ejemplo, si somos una tienda de belleza, podremos crear subgrupos con temáticas específicas relacionadas con el tema principal, como maquillaje, cuidado facial y más", explica Martan. Asimismo, permitirá enviar noti-

ficaciones a todos los miembros de una comunidad o se podrá filtrar y asignar el mensaje a un subgrupo en específico.

3. Negocios cercanos. Esta función permitirá localizar comercios y tiendas que estén cerca del usuario a través de un mapa interactivo donde se podrá buscar por categorías como, por ejemplo, "panadería", "taller", "tienda de ropa" y comenzar una conversación con el negocio que se elija.

4. WhatsApp Business Premium. Dentro de poco se podrá acceder a funciones premium por un pago opcional, lo que en palabras del experto "permitirá ampliar las posibilidades de administración de nuestro canal, además de acceder a funciones exclusivas como tener un enlace personalizado con el nombre de la empresa para facilitar el contacto, la ampliación de las opciones multidispositivo en hasta diez móviles y ordenadores, donde incluso se podrá darle un nombre distinto a cada uno dependiendo del propósito para el que sea asignado, como servicio al cliente o soporte técnico".

5. Apertura de la Cloud API de WhatsApp. Esto abre totalmente las posibilidades a las empresas para que puedan desarrollar soluciones a su medida. Se podrán programar ChatBots, sistematizar procesos e integrarse con otras plataformas como CRMs o ERPs, los cuales permitirán compartir información y crear acciones automáticas como compartir una cotización a un cliente y la app generará una notificación temporizada para empezar a hacer seguimiento a dicha propuesta. ■

CONTENIDO PATROCINADO JAVIER CASADO



Salirnos de la caja en el sector educativo

Para nadie es un secreto que las instituciones de educación superior llevan años redoblando sus esfuerzos para atraer la atención de nuevos estudiantes, esto debido, en primer lugar, al surgimiento, cada vez más, de nuevos programas y universidades, pero también a la digitalización de la educación, que abre un abanico inmenso de posibilidades a quienes quieren profesionalizarse en algún campo.

Por si esto fuera poco, la pandemia del covid-19 golpeó muchos frentes económicos en el mundo y el de la educación superior fue uno de los más afectados: no solo permeó las finanzas destinadas a uno de los proyectos de vida más tradicionales: la educación; sino que transformó la forma en que las personas se relacionan con su entorno.

De ahí que hoy en día las universidades nos enfrentemos a uno de los retos más grandes en la historia del sector educativo: ¿hacia dónde orientar las estrategias de marketing para atraer nuevos estudiantes?

En primer lugar, es necesario pensar fuera de la caja tradicional. Las antiguas estrategias del marketing mix deben replantearse hacia los nuevos consumos de información de los más jóvenes y, sobre todo, pensar en un contenido sumamente atractivo en un mundo hiperconectado y sobreinformado, la calidad y el valor del contenido es un determinante fundamental.

Para ello, por ejemplo, los medios digitales deben ser los protagonistas en la exposición de nuestra oferta educativa, algo que se sustenta en el crecimiento que este campo ha tenido en el país: según un reciente informe de IAB, el año pasado, en Colombia, la inversión en publicidad digital creció en un 5 % respecto al año anterior, llegando a superar los 2 billones de pesos.

Según ese mismo informe, la inversión que hizo el sector educativo en publicidad digital puede estar sobre el 3 %, una cifra relativamente baja teniendo en cuenta que nuestros públicos objetivos son, precisamente, los que más consumen este tipo de medios.

Aún así, la publicidad digital es insuficiente si no se implementa una estrategia de content marketing innovadora que logre captar la atención de un público sobreexposto a todo tipo de información. En ese sentido, es importante abordar los nuevos formatos de consumo, como podcast, Tik Tok o los Reels de Instagram, o videos cortos que en poco tiempo logren generar el impacto que necesitamos para atraer.

El influencer marketing también es un recurso necesario a la hora de hablarles a unos jóvenes que viven siguiendo tendencias y personalidades digitales -este mercado creció más del 70 % en los últimos años-. Esto, claro, siempre desde la ética educativa, porque no se trata de atraer por atraer, sino de sumarle el valor necesario a nuestra oferta.

Finalmente, el principio de una estrategia de marketing efectiva en el sector educativo es escuchar a los estudiantes. De allí debe partir la esencia de nuestras tácticas, pues de nada servirá establecer el más robusto plan e invertir cantidades significativas de presupuesto si, al final, no cumplimos sus expectativas de vida.

* Director de negocio IBERO / Planeta Formación y Universidades.

PREPARA TODOS



PR PARA TODOS

The logo for Vanguardia, featuring a stylized green double arrow icon followed by the word "Vanguardia" in a bold, black, sans-serif font.

PREPARA TODOS



PREPARA TODOS

infobae



PREPARA TODOS

América
RETAIL



PREPARA TODOS

La Opinión



PREPARA TODOS

REVISTA
LatinPyme

