

“Quienes no se suban a la nueva ola perderán relevancia”



Nacho Bottinell
Especialista en marketing digital

consejo

Profesional de Ciencias
Económicas de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires

Fuente: Revista Consejo – Nº 19 – Septiembre 2011 – ISSN 1851-6610



A nadie le quedan dudas de que el futuro de los negocios, de las empresas y de nuestras vidas va a pasar por Internet y por lo que hacemos en la red. El último año se activaron más líneas de celulares con acceso a Internet que líneas de teléfonos fijos en todo el mundo. En la Argentina, la cantidad de líneas móviles activas supera a la población.

Escuchar en la radio, ver en la televisión o leer en un diario una nota que está relacionada con un acontecimiento que primero se difundió por Twitter ya no es algo raro. Usar Facebook para conectarse con alguien por trabajo o buscar personal por LinkedIn ya no son más “cosas para gente que entiende de tecnología”.

Después de diez años desde que la burbuja tecnológica explotó, cuando muchos emprendedores tecnológicos se hicieron millonarios (Mercado Libre, De Remate, Amazon, eBay), las barreras de lo que es un emprendimiento en la Web se han derrumbado no solo para los que conocen del tema o son expertos. Cada vez más empresas e industrias importantes utilizan la tecnología, Internet y las redes sociales para hacer sus negocios. Otros únicamente las usan para darse a conocer o conseguir más clientes. Desde un abogado hasta una empresa de servicios de limpieza, el que se queda atrás siente que hay algo que no está aprovechando.

El tema ya no es tener una página Web donde mostrar un número de teléfono o un e-mail para que nos contacten. Los usuarios y nuestros clientes cada vez son más exigentes y demandantes de información. Están buscando y consumiendo en Internet a una velocidad tremenda. Y muchas veces cuando encuentran una propuesta de valor distinta de la nuestra nos cambian fácilmente. Cada vez más escasean los clientes “de años”.

En los próximos años, las conexiones a Internet van a multiplicar su velocidad exponencialmente. El acceso a la Red no solo va a estar en nuestros celulares y en nuestras computadoras, sino que va a llegar a nuestro auto, a nuestro hogar en forma de TV (Smart TV). El mejor ejemplo sobre esto son las tablets, ese dispositivo que aparece en el momento de ocio en el que no usamos la computadora ni el celular, y que está siendo cada vez más utilizado por profesionales.

Los profesionales que no se suban a la nueva ola van a perder relevancia. Hoy en día existen muchos más cursos sobre diferentes especialidades relacionadas con la web, marketing digital o comunicación interactiva. También las empresas se están sumando a esta nueva movida y ahora piden habilidades en el “mundo on line” a sus postulantes.

En todos los sectores de las industrias y los negocios, las empresas del futuro deben asumir esta revolución digital y aprovecharla a su favor. Esto no es lo que se viene, es lo que ya llegó.