



90% de penetración de Móviles
en Argentina

¿Cómo capitalizar esto en la empresa?

Sebastian L. Massacane – Director
ExpoComm – Septiembre 2008

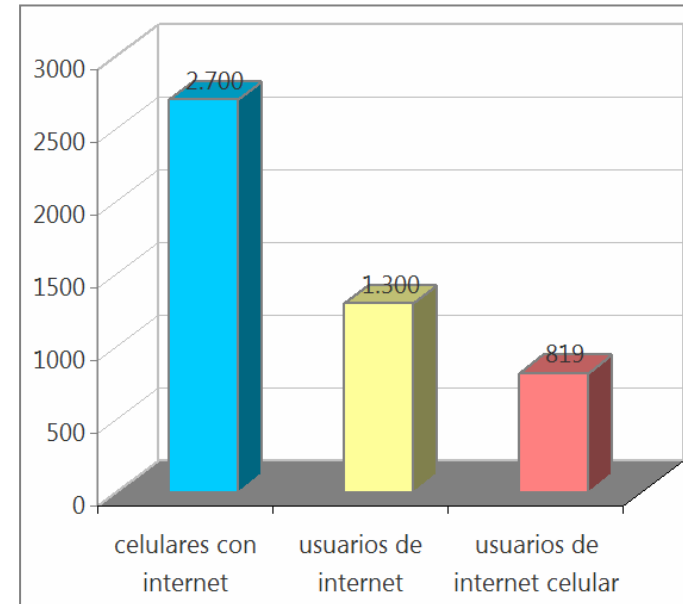
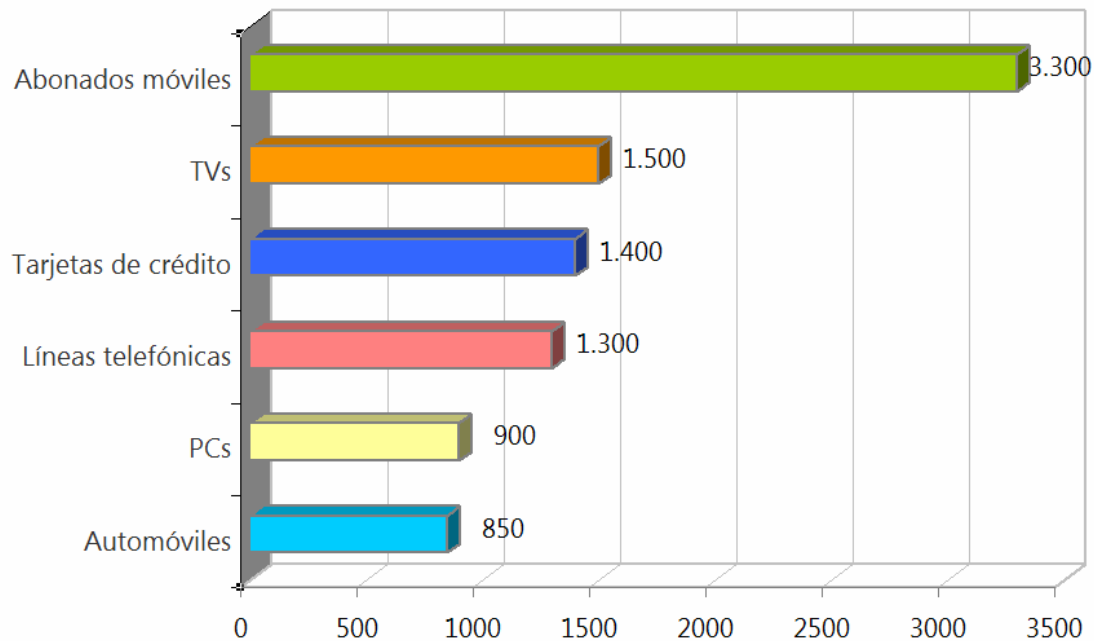
La pregunta es...

- 90% de penetración de celulares en la población.
- Sin embargo, el valor que las empresas ofrecen y obtienen de esto es bajo.

¿Puede ser que las empresas
nos estemos perdiendo de

Mundo Móvil

...poniendo en perspectiva 3.300 millones de celulares...



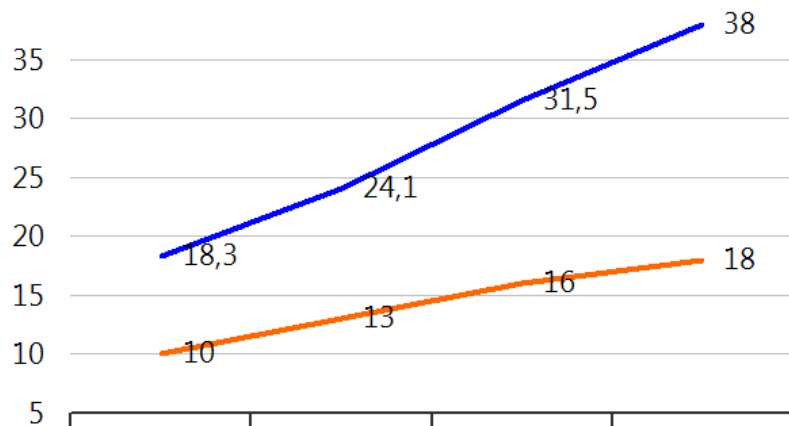
...en un mundo de 6.600 millones de personas.

- China suma 9 millones de móviles por mes. India 8 millones.
- Estudio de OECD muestra que incrementar la penetración del móvil eleva más el PBI de un país emergente que proveer computadoras, electricidad o caminos.

Mercado Argentina (I)

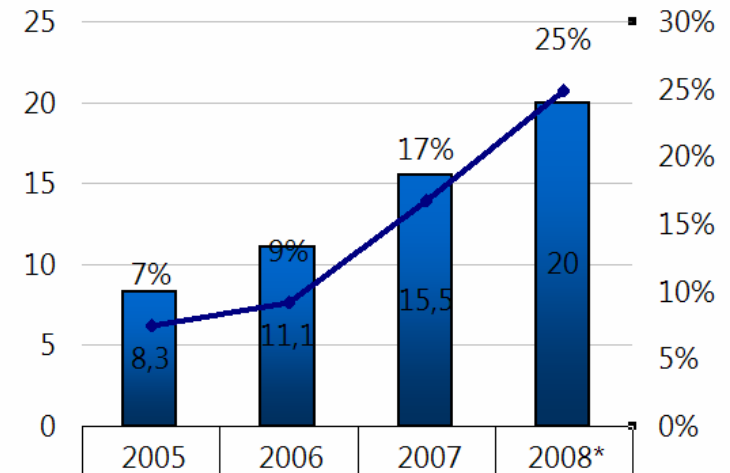
Acceso a celulares vs. acceso a Internet

Lineas Móviles vs. Usuarios de Internet



	2005	2006	2007	2008*
Lineas	18,3	24,1	31,5	38
UsInternet	10	13	16	18

Crecimiento Móviles vs. Internet

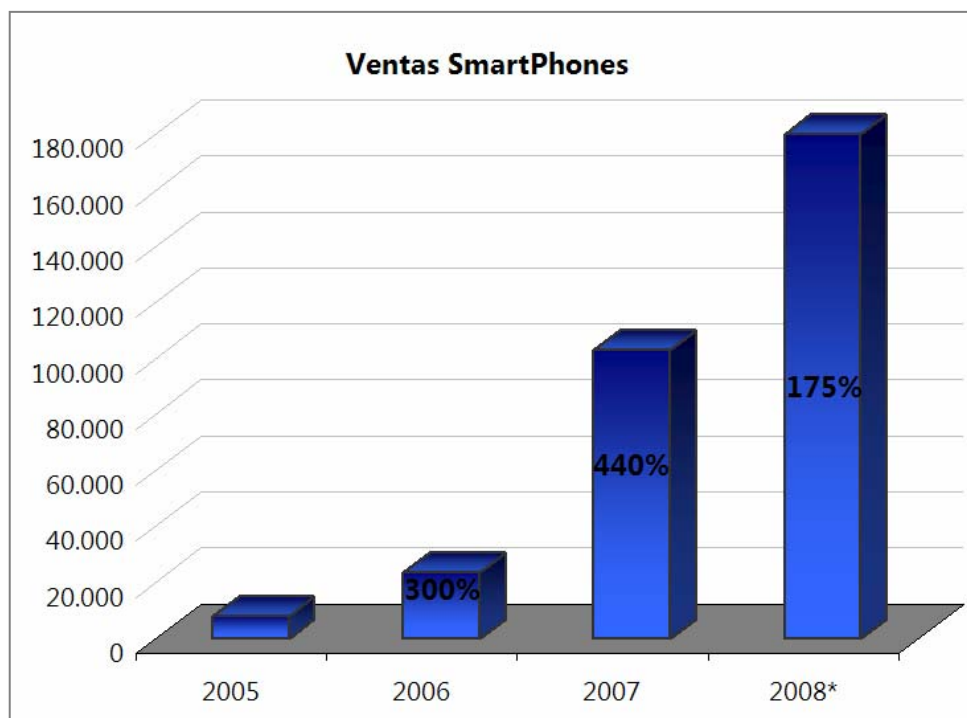
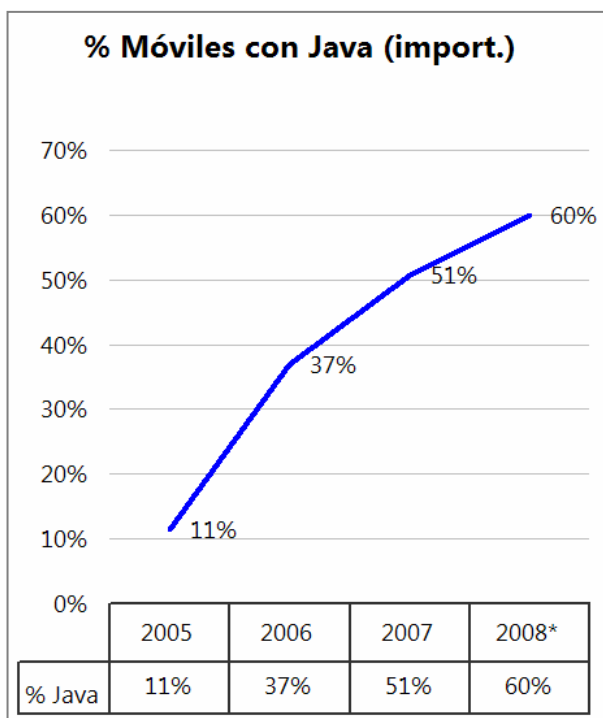


	2005	2006	2007	2008*
Dif Usr (M)	8,3	11,1	15,5	20
%Acum	7%	9%	17%	25%

(*) proyectado

Mercado Argentina (II)

Distribución de terminales inteligentes



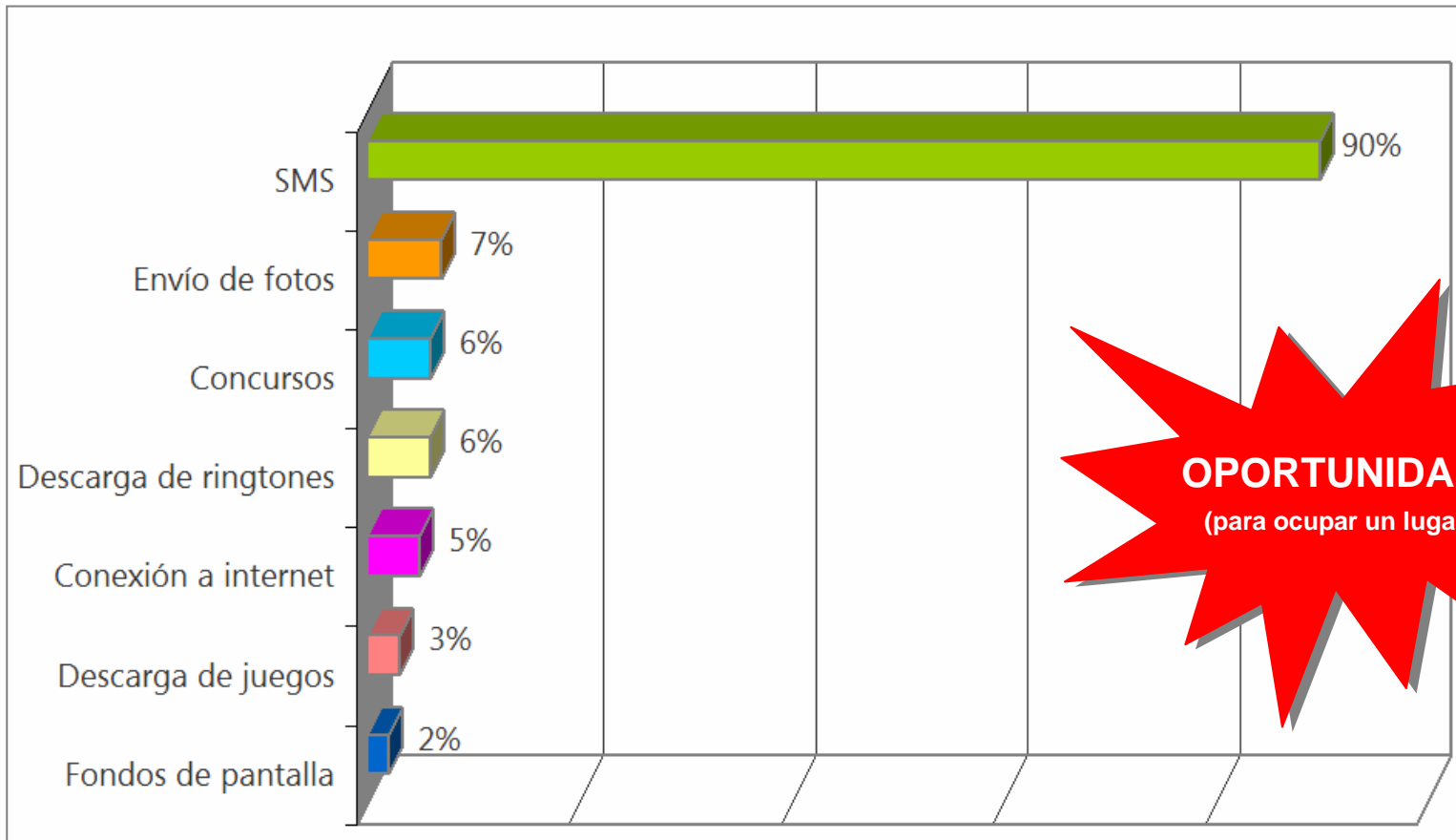
- El 53% de las grandes empresas tienen smartphones corporativos.

Tres formas de comunicar

- SMS
 - Acceso al 100% de los equipos
 - Restringido a comunicaciones básicas
- Navegación WAP/HTML
 - Fácil distribución
 - Redes lentas, acceso lento
 - Pobre experiencia de uso
- Aplicación descargable
 - Mejor experiencia de uso
 - Mayor velocidad
 - Mejor aprovechamiento capacidades del móvil
 - Mayor presencia junto al cliente

Utilización: solo servicios básicos

Uso de Servicios de Valor Agregado, Argentina, 2008



¿Qué hace falta?

- Servicios útiles y especializados para el móvil
 - Información Actualizada,
 - Localizada,
 - Personalizada
- Comunicación adecuada del servicio ANTES y DURANTE el uso
- Comunicación adecuada de los costos
- Experiencia de uso agradable
- Mover la inteligencia al usuario

¿Qué se puede obtener?

- Concepto de “Real Estate Mobile”.
- Afinidad con un objeto personal amado.
- Presencia y recordación constante.
- Incremento de la frecuencia de uso.
- Generación de nuevos servicios.
- Información adicional de comportamiento, generación de patrones y perfiles.

¿Quiénes y para qué?

- Proveedores de servicios y productos masivos
 - Incrementar presencia y oferta de servicios
 - Brinda mejor experiencia
 - Obtener comunicación más fluida con el cliente
 - Cuidado: sin pasos en falso, explicar y simplificar
 - Servicios distintos específicos para el móvil
- Herramientas Corporativas Internas
 - Pedidos
 - Compras
 - Cobranzas
 - Logística

} Aprovechar el parque tecnológico para montar aplicaciones propias

Ejemplo: Caso de Éxito

Caso Banco Santander Río

80.000
equipos
Blackberry



10 % MS BS

8.000
Blackberry
Santander



3000 clientes
registrados

**37, 5% de
utilización
del
servicio!**

(o bien 1 de cada 3 usuarios BB)

¡y con 82 % de satisfacción en el uso del servicio!

Mobile Banking

Algunas Características

- Gama de servicios a incluir definible por el Banco:
 - Cuentas: Saldos, movimientos, valores a debitar/acreditar
 - Tarjetas: Resumen, consumos, disponibles
 - Programas de beneficios, clasificados por cercanía
 - Pagos y Transferencias
 - Scoring y Contratación de Seguros
 - Contratación de Préstamos
 - Compra/venta de monedas, acciones, bonos
 - Consulta y Autorización de Transacciones (Workflow)
- Los servicios se conectan directamente al host o centro de cómputos del Banco, sin intermediarios ni costos por transacción.
- 100% de reuso de la Arquitectura de Servicios (SOA) existente.

Acerca de Mobilenik (I)

- Establecida como Sociedad Anónima en 2000.
- Foco exclusivo en Soluciones Móviles: dominio absoluto de las tecnologías mobile.
- Misión: Movilizar los datos de las empresas hacia sus empleados y clientes, en cualquier momento, en cualquier lugar.
- Representantes comerciales en Francia, México, USA, Colombia, Venezuela, Panamá, Chile.

Acerca de Mobilenik (II)

- Algunos Clientes

- Más de 50 proyectos, todas Soluciones Móviles



- Partners





G R A C I A S!

Sebastian Luis Massacane
Director

sebastian@mobilenik.com

Tel.: +54 (11) 5353-7770

www.mobilenik.com