



## **Web Push: La alternativa al Email Marketing**

El Web Push es 5 veces más efectivo que el Email Marketing

*Mayo 2016*

Google Chrome anunció durante la primavera pasada la implementación del Web Push. Esta nueva tecnología permite a anunciantes y medios enviar notificaciones directas a sus usuarios a través del navegador, aún y cuando no tengan la página abierta en el momento del envío.

Esta tecnología empieza a ser utilizada por websites de varios sectores, entre ellos el retail y sus primeros resultados sorprenden: La tecnología Web Push ha demostrado ser 5 veces más efectiva que el email marketing o push App.

## La innovación esperada

Hasta el anuncio de Google Chrome, la única forma de un anunciante o medio de enviar un mensaje a sus usuarios mobile, si no estaban navegando por su web y no tenían instalada su App, era a través **del envío de un email**. Y lo mismo para usuarios desktop: el único canal de comunicación fuera de la propia web era a través del envío de un email.



Por ello el Web Push resulta tan atractivo. La innovación se presenta como una alternativa a la avalancha diaria de mails a través de los canales tradicionales: permite establecer un **canal de comunicación directo entre el usuario y las páginas web que más le gustan** y funciona similar a las notificaciones push de una App, pero enviando mensajes desde los navegadores web y de forma mucho más sencilla.

**Facebook fue uno de los early-adopters** de dicha tecnología a través de Google Chrome, justo después de que Chrome anunciara su lanzamiento. Actualmente algunas webs como [Tiendeo.mx](https://www.tiendeo.mx), que cuenta **con grandes marcas del sector retail** como clientes, también han implementado la tecnología.

## Marketing omnicanal

**La gran ventaja:** tiene todos los beneficios del push móvil, sin la necesidad de que el usuario tenga la App instalada y puede ver el mensaje push en cualquier dispositivo, ordenador, tableta o móvil.

## Buena respuesta por parte de los usuarios

A pesar de tener que dar permiso previo en algún momento en el tiempo (lo que se denomina el proceso de "opt in") el usuario **no tiene porqué indicar ninguna información personal** como el email, teléfono o nombre. El canal permite una entrega asíncrona de mensajes al dispositivo web de un usuario, incluso **cuando dicho usuario no tiene abierta la web en su navegador**.

Según la experiencia reciente de [Tiendeo.mx](https://www.tiendeo.mx), el usuario da más fácilmente permiso al webpush que a otros servicios como la newsletter. **"La captación de usuarios con esta nueva tecnología es 10 veces superior a las tradicionales"** según la CEO de portal agregador de ofertas y catálogos, Eva Martín.

Hasta la fecha, la media de opt-in inicial (suscripción al canal) para esta empresa se mueve entre el 3-5%.

*"La captación de usuarios con esta nueva tecnología es 10 veces superior a las tradicionales."*

## Alto engagement

Además, un 80-90% de las notificaciones llegan a ser vistas, en comparación al 10-25% de apertura en el canal e-mail. La tasa de click de las notificaciones Web Push es del 27% mientras que el de los emails está alrededor del 5-10%.

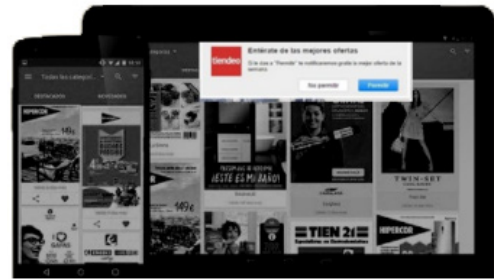
**El Web Push es un nuevo canal menos saturado, con tasas de opt-in superiores a otros canales, y con capacidad de mandar contenido relevante y más visible para el usuario, a través de varias plataformas.**

## Inicios del Web Push

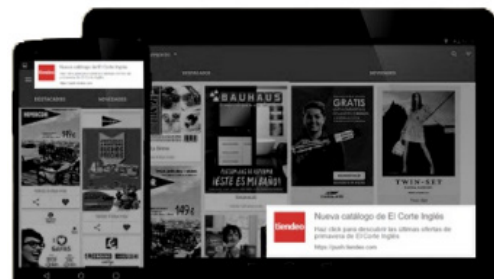
Desde 2010 Chrome utilizaba ya este tipo de tecnología para informar de notificaciones internas, pero no fue hasta el lanzamiento de la versión 42, en la primavera del año pasado, que Chrome anunció públicamente la implementación de la tecnología para facilitar la comunicación entre usuario y webs que más le interesan.

En enero de este año 2016, Mozilla lanzó las notificaciones web en Firefox. Según Mozilla, esta característica es especialmente útil para "sitios web como el correo electrónico, el tiempo, las redes sociales y tiendas, que uno mira con frecuencia para poder estar actualizado".

Esta tecnología la soporta actualmente Chrome, Firefox y Safari.



Aparece la pregunta para pedir permiso a los Webpush



Si el usuario acepta, recibirá notificaciones web

### **SOBRE TIENDEO**

Tiendeo es un portal especializado en la digitalización y geolocalización de catálogos y ofertas de la gran distribución, presente en 35 países. La web tiene más de 25 millones únicos mensuales, y la aplicación se ha descargado 4 millones de veces.

### **MÁS INFORMACIÓN**

**Fabiola Martínez**

*fabiola@retailfocus.net*

[www.tiendeo.mx](http://www.tiendeo.mx)