

SMS: Del marketing al Evangelismo



El teléfono móvil o celular, dependiendo de la latitud en que usted viva, cada vez es una herramienta más imprescindible para el trabajo diario. Uno puede estar fuera de casa o fuera de la oficina, por lo que quizás no sea fácil estar localizable con un teléfono fijo. O incluso puede que ni siquiera pueda comprobar el correo (a no ser que disponga de un terminal 3G como un blackberry u otro con conexión a Internet).

Pero tener el teléfono móvil o celular de una persona, es garantía de tener a esa persona localizable con inmediatez casi segura. Las empresas de publicidad y marketing se han dado cuenta de la inmediatez del medio. La publicidad y el marketing a través del móvil garantiza que el público objetivo recibirá con rapidez el mensaje, sin tener que esperar a rellamadas costosas o a no pasar un filtro antispam en la bandeja de entrada del correo electrónico.

El *mobile mk* (marketing a través de movil) está en plena expansión, según se indica en la *MMA* (Mobile Marketing Association) y sólo es cuestión de que los inversores vean de forma factible el *ROI* (Return Of Inversion o productividad de la inversión hecha).

Si las *Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación* (NTIC) se han desarrollado rápidamente, también lo han hecho los planes de sacar provecho lucrativamente, por lo que se han levantado nuevas barreras para acceder al cliente o al público objetivo.

Antes había que llamar a una puerta para poder llegar al destinatario y lograr que abriesen. Después, se dieron cuenta de que con el televisor se "colaban" en la sala de estar de los hogares, y fue el boon de la publicidad en TV. Pero apareció el mando a distancia que nos permite hacer zapping y saltar la publicidad (nuevo medio, nueva barrera). Para evitar ello hay muchas formas ingeniosas de hacer nueva publicidad, como la nueva campaña de Coca-Cola en la que el público será el protagonista de los vídeos-spot, lo cual garantizará que la audiencia se "trague" los espacios de publicidad

para ver si sale en TV (la compañía debería cobrar un canon a las empresas anunciantes que salgan en el mismo bloque publicitario...).

Internet fue el siguiente paso. Las ventanas emergentes (popups) enseguida encontraron barreras como los navegadores Firefox u Opera, además de Firewalls y otro software que bloquea este tipo de publicidad. El correo electrónico sigue siendo el medio masivo de captación, aunque los filtros antispam y las bandejas de correo no deseado son las grandes barreras.

En telefonía móvil, todavía no se han extendido los filtros antispam (que ya hay) y son el nuevo medio en plena expansión para alcanzar a ciertos públicos con una alta probabilidad de éxito.

Para predicar el Evangelio, si bien no podemos hablar de marketing, sí podemos estudiar estas tendencias y buscar medios que ofrezcan menos dificultades para llegar al público general. Felicito desde aquí a la Iglesia Adventista en Filipinas por su nueva campaña "*Can You Text Me Now?*" (ver noticia completa en la ANN). Los Adventistas del Séptimo Día de Filipinas dispondrán de un tono (o politono, no sé si un real audio) exclusivo, descargable vía SMS. Siempre andamos con la música de nuestra serie favorita de TV o de nuestro cantante favorito, ¿por qué no un tono para nuestra fe?

La IASD en Filipinas está cerrando la creación de un SIM (tarjeta telefónica para móviles) exclusiva para los Adventistas. Esta SIM tendrá cualidades únicas, como "versículo del día", o textos bíblicos almacenados en su memoria, directorio de iglesias, una versión abreviada de las doctrinas fundamentales, etc. Incluso un porcentaje del dinero recaudado por el envío de SMS será destinado a proyectos de la iglesia.

De este modo, cualquier miembro de iglesia tiene disponible cantidad de textos bíblicos listos para reenviar por SMS a cualquier persona, o citas, o dar razón de su fe con el resumen de una creencia básica. De este modo, se puede involucrar en la predicación del Evangelio a cuantos usuarios de teléfono móvil adventistas posean esta SIM de forma más efectiva. Además, el público objetivo, o "clientes en marketing" son personas sin "filtros" dado que el mensaje es enviado por alguien conocido.

Dios abre nuevas vías de comunicación, nuevas formas de predicar el Evangelio. Cuantas más herramientas sumemos, más rápido se predicará el Evangelio. Si usted es adventista, piense: ¿Cuántas personas registradas en la agenda de su teléfono móvil (celular) no son adventistas? Seguro que muchas. ¿Les ha predicado el Evangelio a todos? Quizá sí, pero con esta herramienta podría hacer un trabajo más continuado.

Aunque en otros países no tengamos este proyecto al alcance, siempre nos queda la iniciativa privada, y me consta que muchos ya lo hacen desde hace tiempo.

Fuente : <http://comunicacionadventista.blogspot.com/>