

CUANDO EL MÓVIL CAMBIÓ EL AGRO

Ing. Agr. Mariano L. Larrazabal*. 2016. Bialar, Marketing Agropecuario.

*Experto en Marketing Agropecuario.

www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Empresa agropecuaria](#)

INTRODUCCIÓN

La revolución digital se la escuchaba venir hace unos años. Todo fue naciendo con internet, llegaron los teléfonos móviles a la vida del agro. Al mezclar la nueva tecnología móvil en una bolsa arpillera e introducir la mano, nos encontramos con los smarthphone y es ahí donde se produce el cambio, donde el campo toma visibilidad en la pantalla chica.

Los pronósticos anunciaban que estábamos viviendo la era del móvil, pero recién en estos últimos años se ha producido la inserción en el mundo agropecuario.

Todos hablan de la cobertura, como si de rastrojo se tratara. Estábamos con 3G, ahora 4G y en minutos irrumpe el 5G. Todo ha cambiado, los usuarios aportaron su parte, la tecnología e infraestructura generaron el piso de siembra, se despertó la velocidad, los datos regularon su costo, y las pantallas fueron tomando dimensión.

EL INTERNET DE LAS COSAS DEL AGRO, SE VE POR UN MÓVIL

Sin darnos cuenta el móvil fue formando parte de nuestra vida, de nuestras labores del campo, de la comunicación agropecuaria. Con el avance, como usuarios de Smartphone, hemos permitido que nuestro campo se fuera sembrando con nuevas semillas mobile. Ya no hay vuelta atrás. Estamos siendo espectadores de un gran crecimiento y un ciclo que perdurará en el tiempo.

Los smartphones han llevado la delantera en la revolución tecnológica y el comercio móvil ha hecho crecer su desarrollo.

Es llamativo ver en los lugares de encuentro de productores agropecuarios como el uso de los dispositivos móviles forma parte de su rutina, de sus actividades. Acceden a la información por micro momentos, siendo una manera de estar al corriente de lo que pasa en su campo, se encuentren o no presentes. Se podría decir que, el móvil está tomando la importancia de un tractor o camioneta.

LOS SMARTPHONES HAN CAMBIADO LA MANERA DE HACER AGRONEGOCIOS

Los smartphones han provocado que nuestro comportamiento rote, se manifieste de manera diferente. Nos hemos vuelto más ansiosos, más impacientes, lo que se traduce que el mango de la sartén ha cambiado de mano. Ahora lo tienen los productores agropecuarios.

Como comentario, antes los productores generalmente lo que buscaban eran las llaves de su camioneta. Esto ha cambiado, hoy buscan su tercer brazo, el móvil.

Empezamos utilizando los smartphones para tomar conocimiento de productos o servicios para el agro, con el foco en la compra de los mismos. Antes la decisión la tomábamos en nuestra Pc de escritorio o portátil. Ahora todo pasa por el móvil, en tiempo real.

Los cambios en el mundo digital abren un campo de oportunidades para las empresas agroindustriales.

El agricultor está cambiando su mentalidad, los escenarios donde toma sus decisiones, levantando la cabeza y visualizando que el sector del agro donde está inserto se ha transformado a un formato digital y móvil. Es clave poder entender el contexto que estamos transitando y prepararnos para lo que está por venir.

UNA BUENA EXPERIENCIA WEB

Si actualmente no disponen de web, es el momento apropiado para hacerla, brindando desde el vamos una experiencia móvil en la mente del agricultor.

Si ya la versión móvil está activa, profundiza en la navegabilidad, usabilidad, poniéndote al día con las nuevas tendencias, enfocando al agricultor multipantalla.

Tu web debe buscar la participación y fidelización de tus clientes del agro. Piensa que tú marca debe interactuar. Personaliza la experiencia móvil en tu web.

CON SABOR A APP...

Muchas marcas agroindustriales ven en las app su principal enlace de contacto con sus clientes objetivos, a través del teléfono o tabletas.

Tratando de enfocar, es estratégico e importante concentrarse en brindar una positiva experiencia móvil desde su página web, para luego entrar en el mundo infinito de las aplicaciones.

Mejorar la experiencia de adquisición de nuestros productos utilizando los teléfonos y las tabletas para acompañar las decisiones de compra. Es clave generar contenido e información al cliente en cada paso.

Es posible afirmar que en la era actual las reglas de las compras han cambiado y es gracias a los teléfonos inteligentes. Permitiendo comprar un producto por medio de un app o acceder a cupones digitales generando más que ventajas en la fidelización del agricultor, incrementando las ventas agrícolas y dotando de valor a las marcas del agro. ¿Ha llegado la hora de pensar en App Propias?

Es más que común, observar que mientras el agricultor mira de reojo la maquinaria agrícola que tiene enfrente, consulta por medio de su móvil las características técnicas que le interesan. Estamos de cara a un cliente autónomo que busca canales de comunicación, de información, para obtener a su medida y tiempo, el dato que determina la compra. Esos datos tienen que estar ahí, en una web adaptada a dispositivos móviles.

EN EL AGRO, LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PASAN A SER, ASESORES DE VENTAS

BENCHMARKING

Los agricultores hacen “benchmarking”. Es decir, comparan un producto o servicio con otro de similar rubro. En esta era, ya no es imprescindible hacerse presente en la empresa, distribuidor o concesionario agropecuario. Solo bastará con ingresar a la web o e-commerce de la pyme en cuestión, por medio de un smartphone e iniciar la comparación.

Esto marca y define que los agronegocios no deben analizarse solo alrededor de su entorno, sino hacerlo de una manera global. Ya no sirve decir presente en internet. Tenemos que brindarle la mejor experiencia por medio de nuestros sitios responsivos.

¿Que estas esperando para entrar en el campo digital del agricultor?

¿Estás listo para iniciar o potenciar tu campaña digital móvil?

Volver a: [Empresa agropecuaria](#)