

La disrupción de Fabiano Destri Lobo

Luego de 2 días de agitado preámbulo, hoy llegamos a la primera jornada de El Ojo de Iberoamérica. Luego de la protocolar credencial del evento y la bolsita con itinerarios, cuadernos y lápices, hicimos ingreso al salón del evento, donde nos esperaban stands de marcas como Coca Cola, Arcor y de distintas agencias del medio. Pasamos a tomar asiento en el salón de conferencias del Hotel Hilton, pero no sin antes cobrar nuestro café de rigor, auspiciado por la organización del evento, después de una fila eterna. Incluso a los mejores publicistas de Iberoamérica les gusta un buen café gratis.

Con un “portuñol” particular, el brasilero Fabiano Destri Lobo, Managing Director LATAM de Mobile Marketing Association (cuesta tanto leerlo como escribirlo), nos dio consejos sobre el mundo que se viene para la comunicación en mobile, con su charla titulada “Disrupted by Mobile”.

Aunque suene obvio, la invitación con la que abrió la charla es válida. “Hay que hacer cosas nuevas, ser disruptivos en mobile”, nos decía, y es que se tiende a asumir que por el solo hecho de estar haciendo comunicación para smartphones en particular ya se está siendo “innovador”, pero la verdad es que bajo esa consigna se tiende a caer en errores que hoy en día, con lo conectado que está la gente con sus aparatos móviles, no se pueden cometer.

Para Fabiano lo mobile no es una tendencia, es una realidad. No es que existan “momentos mobile”, todos los momentos son mobile, y creo que no tenemos como estar en desacuerdo, ya que seguramente lees esto desde tu celular, o por lo menos lo tienes cerca.

Lograr la disrupción en mobile con una marca no solo atrae el interés de la gente, ya que nos introducimos en su intimidad a través del Smartphone, sino que también logra una disrupción en la categoría, lo que para Fabiano convierte a esta forma de pensamiento en una potente arma para la publicidad de hoy.

Concretamente, Fabiano Destri nos dio 5 consejos para lograr esta famosa disrupción: En primer lugar, ser personal, hablarle a personas, entendiendo como es su interacción con el equipo. Segundo, antes de hacer cualquier cosa, entender el porqué de nuestra marca, cuál es su razón de ser. En tercer lugar, y aunque suene aburrido para algunos, todo es medible. Fabiano recalcó lo importante que es sustentarnos en estas métricas que nos proporcionan las mismas redes sociales para sustentar nuestras ideas. Cuarto, y el mejor consejo en la humilde opinión de nuestro grupo, está el no tener miedo a equivocarse, de hecho ojalá equivocarse rápido para corregir lo antes posible. Finalmente está salir de la zona de confort. Puede que para algunos suene cliché, pero Fabiano nos contaba que es urgente salir de ahí, ya que la edad puede hacer que en algún momento sea demasiado tarde.

Era un horario difícil, primera charla del evento, muchas caras de sueño, pero logró cautivar con lo que hablaba, por lo cercano de la temática y el potencial que no mostró. El mundo mobile y la innovación en digital definitivamente marcarán la pauta en las charlas, workshops y casos en este Ojo, así que quedamos expectantes para las siguientes dos jornadas.

RODRIGO PEREZ Y DANTE BRAVO Taller VI