

Noticia del mes: Empoderamiento de Amazon en la Brand Finance Tech 100

Autor: Leslie Gordillo Chavez

Publicado: 28/04/2018*

“El valor de las más grandes marcas de la industria de la tecnología no viene solo de la industria de las campañas más exitosas de marketing; sino más bien, cada uno basado en un auténtico y obsesivo enfoque en sus clientes. Amazon ha construido una marca que no tiene igual, porque proporcionan inigualable conveniencia, disponibilidad y escala”. Cita de David Haigh (CEO, Brand Finance).

Amazon ocupó el primer puesto en la lista de marcas más valiosas del mundo en el sector tecnológico, desplazando a Apple y Google, de acuerdo con el último reporte de Brand Finance Tech 100.

Brand Finance enlista a las marcas más valiosas del sector tecnológico con base en sus estrategias de marketing y un enfoque basado en el consumidor.

Amazon aumentó su valor en 42%, Apple se mantuvo en el segundo lugar respecto al año pasado con el 37% y Google cayó al tercer lugar con el 10%. El crecimiento en el valor de Amazon se debe, en gran parte, al uso de la tecnología para expandirse a nuevas áreas; por ejemplo, entretenimiento en el hogar, música, dispositivos móviles, audio libros, inteligencia artificial y seguridad en el hogar.

Aunque Apple se mantuvo en el segundo lugar del ranking, su potencial de crecimiento es limitado. La marca de la manzana no ha podido diversificarse y crecer en otras áreas que no sean las ventas de sus iPhone, productos responsables de dos tercios de sus ingresos. Además, las ventas del iPhone X no fueron las esperadas, y es probable que el modelo sea descontinuado este año.

Con la llegada de diferentes marcas mundiales emergentes como Huawei, el creciente enfoque de Apple en lo que son efectivamente productos de lujo puede costarle a la marca parte justa del mercado masivo global, lo que limita el potencial para el crecimiento del valor de marca.

A pesar de que los anuncios en línea de Google generaron más tráfico del esperado en 2017, dado que los clics pagados agregados aumentaron en un 43% año tras año, impulsando los ingresos.

Sin embargo, presentando un rendimiento sólido no siempre es suficiente. Google es un campeón en la búsqueda de Internet, la nube y el sistema operativo móvil tecnología pero, de manera similar a Apple, su enfoque en particulares sectores está frenando de desatar el pleno potencial de su marca; sus inversiones en otras áreas como los vehículos de conducción autónoma y los smartphones no terminan por despegar.

En la categoría de fuerza de marca, el Informe Tech 100 mide la proporción de los ingresos de una empresa que contribuyen a su crecimiento; es decir, la eficacia de la inversión en marketing y el impacto del Rendimiento Empresarial.

Samsung saltó varios lugares y se convirtió en la marca más fuerte del sector tecnológico con un crecimiento de más de 4 puntos respecto a 2017. Las marcas chinas subieron dramáticamente en el ranking, como consecuencia de su dominio en el mercado interno chino.

Fuentes

- Brand Finance Tech 100 (2018)
- Alto Nivel/ Foro Económico Mundial.

***Artículo publicado el 28/04/2018**