Publicado en Madrid el 07/07/2023

La aplicación del geomarketing y la Inteligencia Artificial facilita medir el impacto de una campaña en la tienda física, según Mediapost

Bajo el título, "Mapea tu impacto, mide visitas y personaliza el canal" se ha celebrado el webinar en el que Mediapost ha puesto de manifiesto el poder de la combinación de estos 2 elementos para medir el impacto de las campañas en el punto de venta físico

Medir la afluencia y conocer el origen real del tráfico de clientes a una tienda física es uno de los principales retos a los que se enfrenta el retail. Conforme avanza la tecnología resulta más fácil medir la afluencia a un comercio electrónico, pero ¿cómo se puede medir el resultado que ha tenido una campaña de marketing en un punto de venta? Esta es una de las cuestiones que diariamente se plantean los expertos de marketing que tratan de buscar herramientas efectivas que faciliten la medición del resultado de las campañas de micromarketing para la generación de tráfico y afluencia.

En este contexto, Mediapost, compañía especializada en marketing relacional, ha celebrado el webinar "Mapea tu impacto, mide visitas y personaliza el canal" con el objetivo de dar a conocer el poder de la unión del geomarketing, los datos y el uso de la Inteligencia Artificial para tratar esta información geolocalizada y medir los resultados que tienen las campañas de marketing en los retailers físicos.

El reto del sector Retail: medir el éxito de las campañas en el punto de venta

La disponibilidad y la calidad de los datos es fundamental para conseguir una medición precisa en el mundo del marketing, y es que acceder a datos de diversas fuentes, analizarlos y procesarlos de manera óptima es todo un desafío solo al alcance de las herramientas de Inteligencia Artificial.

Por otra parte, el sector retail, se enfrenta a retos como conocer a su comprador y visitante de tienda, quién es, cómo se mueve, cuál es el perfil, y por supuesto, el origen real del tráfico para optimizar sus estrategias de micromarketing, creando el mix de canales idóneo según su área de influencia y objetivo de campaña: conversión, recurrencia a tienda, ganar notoriedad…

En este marco, Mediapost lanza al mercado GeoMetriX, una inteligencia que trabaja sobre tecnologías de geomarketing en la que combina los más de 15 años de conocimiento del sector retail, con la data comportamental de más de 10 millones de usuarios geolocalizados y 90 millones de eventos offline.

Esta solución, basada en sistema GIS, integra datos geoposicionados de los puntos de venta, los usuarios e IA, detectando cuáles son las micro-áreas de influencia o los sectores con más índice de conversión para lanzar los impactos al target de las campañas. Además, permite medir de forma pormenorizada el resultado de la acción, incluyendo variables temporales para identificar tendencias, cambios comportamentales, mejoras en campañas estacionales, tipología de producto etc.

El uso de esta herramienta de IA permite medir la afluencia a los establecimientos físicos en cada momento y conocer el área real de influencia para planificar las acciones de micromarketing on y off basadas en el comportamiento del consumidor, pudiendo hacer una segmentación dependiendo de la época del año, del momento, del producto o del público al que vaya dirigido, entre otras variantes.

Asimismo, esta herramienta permite analizas las tendencias y la evolución de tráfico a largo plazo, la mejora de efectividad y el retorno de cada acción. Ariana Ochoa, Desarrollo de producto en Mediapost, ha indicado que "hemos conseguido una gran granularidad en el dato y en el análisis. Esto nos permite cambiar el paradigma y entrar en un modelo de micromarketing dinámico donde estamos constantemente analizando la conversión y la afluencia ante cada una de estas acciones, que vamos implementando en cada momento y que se va retroalimentado para conseguir optimizar y llegar a esos objetivos que nos dan un mix de los medios más óptimos que nos traen más afluencia y más tráfico a los puntos de venta".

Datos de contacto:
Asunción
610085559

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Nacional Inteligencia Artificial y Robótica Marketing Madrid Otros Servicios Webinars

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es