

Las grandes marcas y medios europeos alcanzan el billón de interacciones con clientes a través de Qualifio

La pandemia del Coronavirus, el halo dejado por la RGPD y la creciente presión sobre las cookies, han provocado que las marcas y los medios europeos intensifiquen sus esfuerzos en la interacción con sus comunidades online a partir de juegos, encuestas, sondeos, concursos, tests y muchos otros formatos interactivos

Detrás de éstas iniciativas, las marcas y los medios de comunicación buscan un doble objetivo: Por un lado la promoción de su marca, productos y servicios, y por el otro, mejorar su conocimiento y capacidad de segmentación de la audiencia para así personalizar su comunicación y propuestas comerciales.

Qualifio, la plataforma europea líder en la creación de contenido interactivo y recopilación de datos, es testigo de esta tendencia habiendo alcanzado el hito del billón de interacciones desde su lanzamiento en 2011. Según Qualifio, dos factores han sido claves para alcanzar esta meta: El halo provocado por la RGPD y la actual situación provocada por el COVID-19.

En palabras de Antonio Molina, CMO de la scale-up europea: “El primer desencadenante tuvo lugar en 2018, cuando la RGPD convenció a marcas y medios de la importancia de generar y recopilar datos de una forma segura dejando atrás la tradicional compra a terceros. Esta ley les dió a entender la importancia de la confiabilidad y la transparencia de los datos recopilados”.

El segundo factor que ha acelerado esta tendencia se encuentra en el COVID-19 y en los efectos económicos provocados por el confinamiento. Como apunta Molina, “Con toda Europa encerrada, muchas marcas han potenciado la presencia digital y han trasladado la conversación con sus clientes a Internet a partir de ingeniosas campañas donde el contenido interactivo parece haber tenido un papel preponderante.”

Y es que, aunque todavía se esté en medio de ella, resulta bastante claro que la crisis provocada por el COVID-19 ha acelerado esta tendencia: Ante la ausencia de interacciones físicas, la comunicación digital y la necesidad de provocar un vínculo online ha ganado enteros. Así, los clientes de Qualifio (retailers, cadenas de cine, clubes de fútbol, etc.) han lanzado durante estos meses campañas interactivas con el objetivo de permanecer en la mente de sus comunidades y mantenerlas activas, consiguiendo resultados dignos de mención y un alto volumen de interacciones.

###

Sobre Qualifio

Con presencia en España, Francia, Bélgica, Holanda, Alemania y los países Nórdicos, Qualifio permite a grandes marcas y medios de comunicación relacionarse con sus comunidades online a partir de formatos interactivos. Con especial foco en el cumplimiento de la RGPD, su plataforma permite la recolección de 1st party data y su integración con otras tecnologías para su enriquecimiento. Entre sus más de 400 clientes, Qualifio trabaja con Nestlé, L'Oréal, Vocento, PepsiCo o el Paris Saint-Germain.

Persona de contacto:

Natalia Baquero Fajardo

natalia@qualifio.com

Tfno: +34 627 693 739

Linkedin

Datos de contacto:

Natalia Baquero

Responsable de marketing Qualifio España.

627 69 37 39

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>