



tiendeo Geotracking

Medir la efectividad del catálogo digital ya es posible

Tiendeo ha desarrollado un nuevo servicio de medición de visitas a tienda física

Tiendeo, de la mano de su equipo de Big Data y con la certificación de Nielsen, ha desarrollado una nueva herramienta que permite medir la **efectividad del catálogo digital**: Tiendeo Geotracking.

La herramienta hace posible calcular el **ROI** de las campañas digitales midiendo el tráfico a tienda física generado por éstas. Al obtener **métricas de conversión** a través de sistemas de geolocalización mobile, se cierra el círculo de las campañas de marketing digital.

Cerrando el círculo de las campañas de marketing digital

Las campañas digitales permiten medir al detalle el comportamiento del usuario a nivel online; sin embargo medir su efectividad en las tiendas físicas ha sido una de las principales limitaciones del sector hasta la fecha.

Tiendeo ha desarrollado una nueva tecnología que permite a los retailers cuantificar los consumidores que acaban acudiendo a sus tiendas sin necesidad de instalar ningún tipo de hardware o dispositivo en la tienda física por parte del distribuidor.

Tiendeo Geotracking analiza la efectividad e impacto de las campañas márketing móvil a través de métricas obtenidas por geolocalización combinadas con información sobre la interacción usuario-app, preservando siempre el anonimato de los usuarios. Con ello se obtienen patrones que ofrecen información hasta ahora inaccesible para mejorar la experiencia de compra.

Midiendo el efecto ROPO

Esta nueva tecnología permite medir por primera vez el efecto ROPO: Research Online - Purchase Offline, conociendo cuales son las ventas realizadas en tiendas físicas que fueron influenciadas por una búsqueda de información previa en Internet.

Acompañando al consumidor en todas las fases del proceso de compra

A través de Tiendeo Geotracking es posible analizar el **comportamiento de los usuarios** a lo largo del proceso de compra, desde la fase de consulta del catálogo digital hasta la visita a la tienda física, ejerciendo de nexo entre el mundo digital y físico.

Esta información permite a los retailers capturar una imagen completa del **Customer Journey**, segmentando a los consumidores de una manera muy detallada, y adaptándose a un cliente interconectado a través de diferentes canales.

Mobile Marketing

Tiendeo hace posible complementar la estrategia digital de los retailers a través de una **comunicación con los usuarios** a tiempo real, mediante el envío de notificaciones a sus dispositivos móviles en el momento en que se acerquen a las tienda físicas. Así, se consigue despertar o retener el interés de sus potenciales clientes en un momento decisivo del proceso de compra.

1

Los catálogos digitales potencian la **visibilidad y promoción online**

2

Impactan en una **mayor audiencia** y de mayor **calidad**

3

Dirigen a los usuarios a los **puntos de venta**

4

Generan un **aumento** de las **ventas** optimizando la inversión

5

Permiten **medir** el **comportamiento** de los **consumidores** en cada una de las fases del proceso de compra

Información de alto valor para una estrategia de marketing mobile y digital

Las **métricas** que Tiendeo Geotracking proporciona ayudan a los negocios a entender y analizar el mercado y a **medir el éxito de sus promociones y campañas de mobile marketing**:



TRÁFICO A TIENDA

Permite obtener datos reales de visita a tienda de aquellos usuarios que previamente vieron un catálogo en Tiendeo.



UPLIFT

A través de esta nueva tecnología se puede determinar el **incremento de visitas** a tiendas generado por el impacto de la promoción de los catálogos digitales en Tiendeo.



FRECUENCIA A TIENDA POR USUARIO

Mide el grado de **fidelidad** de los consumidores al obtener la cantidad de visitas a tienda por cada usuario.



UBICACIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Identifica la ubicación de los usuarios una vez han leído los catálogos y los localiza antes y durante su visita a tienda mediante GPS, Wifi o 3G.



DISTANCIA A LA TIENDA VISITADA

Calcula la distancia entre el punto de consulta de las promociones y la tienda visitada.



TIEMPO HASTA LA VISITA Y TIEMPO DE PERMANENCIA

Mide el tiempo que transcurre desde la consulta del catálogo hasta la visita a tienda física, así como también el tiempo que el usuario permanece en la tienda.



AFLUENCIA

Gracias a los datos obtenidos de esta herramienta, es posible determinar la franja horaria y el día con mayor afluencia en una tienda concreta.



ÁREAS DE INFLUENCIA

Identifica la zona de influencia y de conflicto de cada tienda, de un mismo retailer o competidores. Así, se analiza qué porcentaje de usuarios decide ir a cada tienda.

Algunos datos...

Tras analizar los primeros resultados obtenidos del estudio de los principales retailers de Tiendeo, mostramos algunos datos destacados:



66% CONVERSIÓN

Más de un 66% de los usuarios de la categoría de **Hipermercados-Supermercados** visitan la tienda física en un plazo de 7 días tras consultar un catálogo en Tiendeo



X4 Uplift

La presencia de los catálogos de **Hogar y Muebles** en Tiendeo genera un **volumen 4 veces superior** de visitas a tienda



11h-12 y 18h-19h

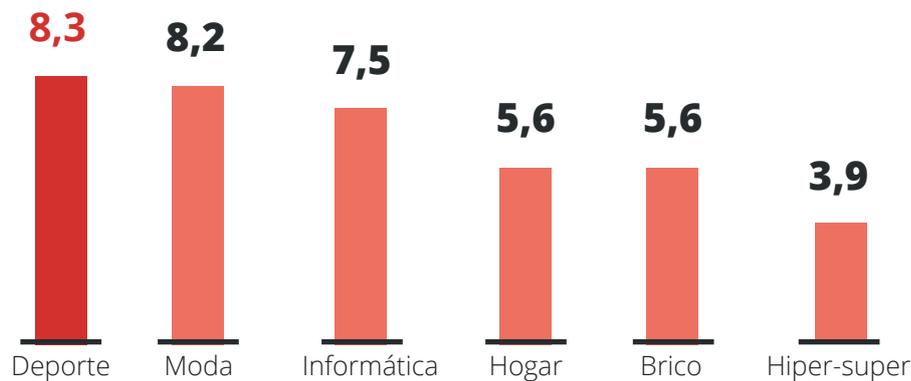
Son las **frangas horarias con mayor afluencia** de visitantes en las tiendas



Sábado

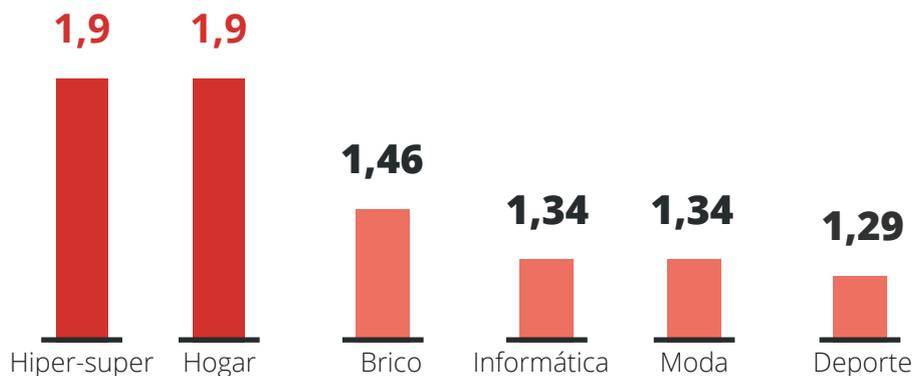
Es el **día de la semana con mayor afluencia**

6 KM recorridos hasta la tienda



Los consumidores que acuden a tiendas de **Deporte**, con una media de **8,3 Kms**, son los que recorren mayor distancia hasta la tienda tras leer catálogos de este sector. En cambio, los que menos distancia recorren son los usuarios que acuden a **Hipermercados-Supermercados**, lo que denota una **compra por conveniencia** en esta categoría de productos.

1,5 Visitas por usuario



Los clientes que acuden a las tiendas de **Hipermercados-Supermercados** y de **Hogar** acuden más veces a tienda física respecto a otras categorías: van a tienda una media de **1,9 veces** al mes tras leer su catálogo.

Datos recogidos en base al análisis de una muestra de 67.700 usuarios

Validado por Nielsen

- Contamos con el respaldo de la consultora externa Nielsen, que ha validado la herramienta de Tiendeo Geotracking como solución para medir el tráfico a tienda física.
- Nielsen confirma que esta nueva herramienta permite determinar con evidencia suficiente y de forma precisa la afluencia a tienda de los usuarios que han leído un catálogo en Tiendeo así como otras métricas que miden el comportamiento del consumidor.

nielsen

NIELSEN EVALUATION OF
TIENDEO GEOTRACKING

Privacidad

- Esta herramienta mantiene la privacidad del usuario, utilizando una identidad encriptada y procesando únicamente datos colectivos.
- Tiendeo sólo recoge datos en el momento de la interacción entre el usuario, la plataforma de Tiendeo y/o las tiendas físicas.
- Se buscan patrones y tendencias de consumo para su posterior análisis.



Siendo líder en la distribución de catálogos digitales, con más de **30 millones de usuarios y 7 millones de descargas** móviles, Tiendeo tiene capacidad de impactar en millones de personas en una fase decisiva del proceso de compra y potenciar la compra en las tiendas físicas.

tiendeo DigitalTrends

Sección de actualidad donde te contamos las últimas tendencias en el sector digital y de la distribución, así como los cambios en los patrones de consumo y en el comportamiento de los consumidores ¡No te lo puedes perder!

Suscríbete para recibir nuestros Whitepapers
Tiendeo Digital Trends

MÁS INFORMACIÓN

Cruz Raedo

cruz.raedo@tiendeo.com

Oriol Canal

oriol.canal@tiendeo.com