

Omnichannel Strategy

Relevancia, Retorno y Resiliencia en cada planteamiento estratégico construido

Estrategias Data-Driven orientadas a objetivos reales de negocio, en las que establecemos de forma eficiente y relevante puntos de contacto con los consumidores a través de cualquier plataforma digital. Mediante la precisa perfilación, activación y atribución de las audiencias, adecuamos y personalizamos cada impacto en función de la fase del funnel de compra en la que se encuentre el consumidor.

¿Cómo?

- › **Customer centric:** Exhaustivo análisis del consumidor, sus intereses, necesidades y comportamientos para adecuar al mismo cada acción planteada
- › **Cross device y omnicanalidad:** un individuo no es desktop o mobile, es un consumidor digital al que hay que seducir e impactar en el momento y lugar adecuados, con un mensaje personalizado
- › **Moments of Truth:** relevancia e impacto en los momentos clave para la consecución de los objetivos de negocio
- › **Customer Journey:** adecuación de cada touchpoint al path to conversión específico de cada usuario, así como a sus intereses y necesidades.



CASE STUDY

Papa John's

🎯 Reto

Una cadena de comida rápida americana quería iniciar su actividad en el mercado español, y necesitaba un socio para construir y ejecutar su estrategia de comunicación en España.

📌 Solución

Se combinó una estrategia cross device omnicanal (Display, SEM, SEO, Social, Programmatic) y multi-táctica (prospección, audience targeting, audience extensión, geo-fencing, etc.,) conjuntamente con iniciativas offline hiper-localizadas.

☰ Resultados

Descenso del CPA un 41% desde el inicio de campaña. Las ventas online se incrementaron un 24% y en tienda física un 8%.