

## **Súmate analiza las ventajas de la app Waze en las campañas de marketing**

**Waze se ha convertido en una de las principales aplicaciones GPS, con casi 100 millones de usuarios mensuales utilizando la aplicación, de los cuales más de un millón se encuentran en España. Los anuncios de Waze están diseñados para impulsar el deseo de compra, la compra o el recuerdo de la marca por parte del conductor**

Waze es una aplicación móvil gratuita de navegación GPS que cuenta con similitudes con otras aplicaciones, como Google Maps -las dos son propiedad de Google-, aunque cuenta con aspectos diferenciadores.

Su principal característica, según analiza Súmate, agencia internacional de Marketing Digital, es el crowdsourcing; es decir, que toda la comunidad de usuarios de la aplicación puede hacer comentarios o aportar información en tiempo real como atascos, avisos sobre presencia policial, accidentes o radares de velocidad. Waze podría considerarse como una especie de red social de conductores con capacidad de interactuar en tiempo real o, incluso, personalizar su avatar virtual.

Estos motivos hacen que sea una aplicación muy atractiva tanto para conductores como para empresas; de hecho es la aplicación de transporte más descargada en Android, y la quinta en iOS.

Según datos de la propia empresa, los usuarios españoles pasan una media de 45 minutos al día en Waze (en Instagram, por ejemplo, la media es de 33 minutos al día), conducen 350 km al mes y su target se distribuye por igual entre hombres y mujeres.

¿Cómo funciona la publicidad en Waze?

Como su nombre indica, los anuncios de Waze o Waze Ads son los mensajes publicitarios que aparecen dentro de la app. Estos se pueden utilizar para realizar campañas geolocalizadas y segmentadas, ya que es posible elegir en qué lugares van a aparecer estos anuncios a los usuarios. Además de la localización, hay otras muchas más opciones de segmentación publicitaria que se pueden utilizar, como por ejemplo:

- Según la localización del Wazer.
- Segmentación por idioma.
- Por Sistema Operativo: Android, iOS o Windows Phone.
- En función de la hora del día.
- Según la distancia radial: se verán anuncios relacionados con los lugares que tenga cerca.
- Según la distancia que lleve conduciendo o la que vaya a conducir.
- Las condiciones climatológicas.
- La localización de destino.

Súmate, considera que todas estas opciones son muy completas y ofrecen a agencias de marketing la posibilidad de especificar de forma muy acertada sobre el target más adecuado para sus campañas y así mostrar los anuncios más apropiados en Waze, por lo que un buen estudio previo de segmentación puede ser de gran ayuda. Esto hará que las campañas en Waze estén bien segmentadas, consiguiendo un ROI (Retorno de Inversión) mucho mayor.

Existen cuatro tipos de anuncios en Waze cuyos precios variarán en función del que se contrate:

**Branded Pins:** consiste en un pin que aparece en el mapa donde esté localizado el establecimiento que se va a publicitar. Dicho pin, que aparece con el logotipo de la marca, aparece donde está localizado el establecimiento y existe la posibilidad de interactuar con él. Una vez se pone en contacto con la empresa, se despliega la ubicación del usuario, una creatividad y un CTA (Call to Action) que puede tener varias acciones: conducir hacia el establecimiento, guardar para más tarde, guardar oferta, guardar video o descargar la app.

**Nearby arrows:** aparece en los primeros segundos después de abrir Waze y tiene la misma utilidad que los Branded Pins, con la diferencia de que aparecería una flecha con el logotipo de la empresa. Al interactuar con ella, la pantalla se desplaza hasta el lugar del establecimiento (donde se encuentra colocado el Branded Pin) y se abre la creatividad con el CTA, invitando a la interacción del usuario.

**Promoted Search:** aparece en la barra de búsqueda tras introducir términos relacionados. Además, se mostrará el logotipo de la marca, por lo que destacará aún más. Al igual que los anteriores, una vez que el usuario toca en el anuncio, se desplegará la creatividad y el usuario podrá ver más información, viajar hasta allí, guardar la oferta, etc.

**Zero-Speed Takeover:** esta opción es la que tiene un coste superior debido a que aparece cuando el coche se encuentra parado y, por ello, existe más atención por parte de los conductores. La creatividad —junto con el CTA que la empresa elija— aparecerá siempre a los conductores cuando éstos detengan su coche, en las circunstancias que se haya determinado la segmentación de anuncio.

**Diseñados para impulsar la compra**

Los anuncios de Waze están diseñados para impulsar el deseo de compra, la compra o el recuerdo de la marca por parte del conductor. Por tanto, los sectores de compra impulsiva son los más beneficiados con las campañas de publicidad en Waze. Sin embargo, puede ser útil en muchos tipos de negocios como: Restauración y establecimientos de comida rápida, supermercados, repostaje de combustible, o automotriz.

¿Qué ventajas ofrecen los anuncios Waze a los negocios?

Además de una mayor visibilidad y conocimiento, así como una mejor imagen de la marca, posibilita las segmentación complejas y hace posible combinar anuncios para un mejor funcionamiento. Por otra parte, se alcanza una gran cantidad de usuarios activos, se aumenta el número de visitas al establecimiento físico, se consiguen más descargas de la app de la marca, y se trata de un servicio novedoso con anuncios no intrusivos cuyo presupuesto mensual puede establecerse fácilmente.

Por otra parte, posibilita el seguimiento de las campañas mediante diferentes estadísticas: interacciones, navegaciones, veces que los usuarios guardan la localización, impresiones, engagements etc.

Tras este análisis de los Waze Ads, Súmate llega a la conclusión de que el uso de publicidad en Waze, teniendo en cuenta todas las opciones que aporta, es ser una buena opción publicitaria en casi cualquier tipo de negocio, ya que aporta numerosas ventajas a un precio asequible.

Súmate, Waze Partners certificado por Google, cuenta con un equipo de profesionales que ayuda a las empresas a elegir la mejor opción y les ayuda con su estrategia de marketing digital.

#### Sobre Súmate

Súmate es una agencia de marketing digital especializada en SEO, Copywriting, SEM, Publicidad en Redes Sociales, Contenidos, Inbound Marketing y Diseño Creativo, que cuenta con la confianza de grandes clientes internacionales. Desde su fundación en 2011 en Salamanca por Roald Schoenmakers y Daniel Borrego, han elaborado estrategias digitales enfocadas a mercados europeos e internacionales. Para ello, Súmate cuenta con una plantilla de más de cincuenta especialistas online que prestan sus servicios en más de veinte idiomas a nivel nativo. Súmate, además, es una empresa certificada como PYME innovadora por el Ministerio de Economía y Competitividad y galardonada con varios premios y distinciones.

#### **Datos de contacto:**

Patricia Hidalgo  
91 302 28 60

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

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>