

Mediapost lanza Seamless 360: marketing híbrido para impactar al consumidor en el momento óptimo

La herramienta optimiza el buzoneo físico y la comunicación digital para alcanzar a un target que se encuentra en ambos canales. Entre otros beneficios, Seamless 360 aumenta la atracción al punto de venta, permite la medición del retorno de la campaña y optimiza el mix de canales para equilibrar la inversión. Para un funcionamiento óptimo, se apoya en el conocimiento de unidades de negocio de Mediapost como Quantic, Geobuzón y Ofertia

Mediapost, la compañía líder en marketing relacional, lanza Seamless 360, una nueva solución de marketing híbrido que combina buzoneo físico y publicidad en formatos digitales para impactar a un target que se encuentra en ambos canales y así incrementar la conversión de las campañas.

La herramienta, dirigida a marcas y retailers, comprende esta dualidad del consumidor y busca impactarlo en el canal adecuado en el momento oportuno. Gracias a la inteligencia de datos y de negocio, logra aumentar la atracción al punto de venta, dando a conocer la promoción y completando o reforzando la comunicación de la campaña.

Esta herramienta funciona identificando las áreas óptimas para el buzoneo inteligente físico y aquellos perfiles de población de consumo digital. Para lograrlo, se apoya en varias de las soluciones ya existentes de Mediapost: utiliza el geomarketing y la inteligencia de negocio gracias a Quantic; identifica áreas propensas al buzoneo de acuerdo con la segmentación propia por sectores de Geobuzón, y aprovecha los perfiles elaborados por Ofertia para dirigir la vertiente digital de la campaña.

Así, es capaz de adaptarse a cada necesidad del cliente, ya sea reducir la inversión en marketing manteniendo las ventas, maximizar la inversión para captar nuevos consumidores o simplemente equilibrar la planificación. Su modelo propone la cantidad adecuada de impactos en cada canal en función del presupuesto y del objetivo de la acción (alcance, ventas totales, número de tickets, etc.) equilibrando la inversión entre el plano físico y el digital. Además, permite la medición del retorno y la optimización del modelo de la campaña en ambos soportes gracias a la trazabilidad de los clientes impactados y la medición.

“Seamless 360 es una receta con los mejores ingredientes de Mediapost” explica Juan Castañón, responsable Global Comercial y de Desarrollo de Negocio en Mediapost. “Nuestro objetivo era transformar el marketing dedicado a la atracción al punto de venta en algo continuo, sin costuras, y eliminar la frontera entre el offline y online. Así, logramos una visión integral de la campaña, haciendo hincapié en la sostenibilidad de la misma al optimizar los esfuerzos para impactar a cada consumidor en el momento adecuado”.

Seamless 360 está disponible a partir de hoy en www.mediapost.es/seamless360 y se presentará en

un evento digital para clientes el próximo 14 de octubre.

Datos de contacto:

Ana Navarrina

609580452

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

Categorías: [Nacional Marketing Emprendedores Logística E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>