

La Inteligencia del geomarketing al servicio de los retails en un mundo cookiless

GeometriX es una herramienta que aúna Inteligencia Artificial y geolocalización para permitir segmentar el target de los retailers basándose en la variable comportamental, por lo que se presenta como una alternativa perfecta para el entorno sin cookies

La desaparición de las cookies de terceros, que tantos quebraderos de cabeza ha traído desde su anuncio en 2020, ya se ha convertido en una realidad. Esto ha llevado a que los retailers hayan buscado durante meses nuevas alternativas con las que medir el impacto de sus campañas. En definitiva, el mundo AdTech está cambiando totalmente su forma de trabajar, y al margen de las intenciones de este cambio, que todo apunta al incremento de la privacidad de los usuarios, urge el desarrollo de estrategias orientadas a la captación de información de usuarios para realizar campañas de micromarketing acordes a sus expectativas e intereses.

En este sentido, Galanta, área de Mediapost especializada en captación y fidelización de clientes, cuenta con [GeometriX](#), una herramienta que fusiona la Inteligencia Artificial y la geolocalización para segmentar de forma milimétrica el target de los retailers con información geocomportamental, y que en un mundo cookiless se ha convertido en una de las mejores alternativas a las cookies.

Modelos de IA y Geomarketing, una opción óptima para un mundo cookiless
GeometriX representa un avance significativo en el campo del geomarketing al permitir acciones segmentadas sin depender de la información de navegación de los usuarios. Este sistema utiliza datos de localización, historial de visitas a establecimientos, y variables sociodemográficas y económicas del área de residencia de los usuarios para realizar segmentaciones precisas. Al integrar el big data y modelos de inteligencia artificial, GeometriX ofrece una nueva generación de geomarketing que puede identificar con mayor precisión el público objetivo basándose en su comportamiento en el mundo real.

Para los anunciantes, GeometriX ofrece la capacidad de planificar estrategias omnicanal mediante microsegmentaciones geográficas, lo que les permite dirigirse a las personas con mayor probabilidad de visitar los puntos de venta. Mediante un análisis detallado del área de influencia y el comportamiento del consumidor, se pueden identificar las microzonas con mayor atracción hacia las tiendas físicas. Esto permite a minoristas y marcas llevar a cabo acciones de publicidad geolocalizadas sin necesidad de utilizar datos de cookies.

Estudios realizados han demostrado que la aplicación de esta innovadora tecnología de geomarketing y su inteligencia artificial puede generar un aumento del tráfico a las tiendas físicas de más del 30% en comparación con las

estrategias de segmentación basadas en cookies.

Actualmente, GeometriX ofrece data y tecnología única para los retailers con más de 12 millones de usuarios geolocalizados, más de 120.000 tiendas geolocalizadas y más de 90 millones de eventos offline al día.

La desaparición de las cookies simplemente implica una nueva forma de conocer a los usuarios de una marca, y gracias a la fusión del geomarketing y la Inteligencia Artificial se puede llegar al cliente de una forma respetuosa para ofrecerle productos y servicios de su interés. Además, es una buena manera de crear tráfico a los puntos de venta e incrementar las ventas.
