



¿Cómo conectar Online y Offline? Llevando los mensajes hasta el punto de venta

- *Derivado de una estrategia basada en OOH desarrollada por AdCity y apoyados por la plataforma de **Waze Ads**, LALA pudo incrementar en un 285% la recordación de marca e incrementar las navegaciones a tiendas en un 41%.*

Casi 70 años de experiencia creando alimentos saludables y nutritivos en México y diversas partes del mundo, 31 fábricas a nivel global, 185 centros de distribución, más de 7 mil rutas de reparto y 38 mil colaboradores, hacen de LALA una de las empresas más representativas en la industria de la alimentación.

Sin embargo, para la empresa surgida en la región de la Laguna en Torreón, Coahuila, los nuevos tiempos también requieren nuevas estrategias. Es por eso que, movidos por el deseo de llegar a los consumidores que se encuentran siempre en el camino, decidieron aliarse con **Waze** -la app de tráfico y navegación más grande del mundo- para crear una de las estrategias más exitosas en el país.

OOH + Waze

En una ciudad donde las personas conducen diariamente en promedio una hora y 30 minutos desde su casa al trabajo y viceversa, es fundamental crear mensajes claros, efectivos y que acompañen a los clientes potenciales en sus trayectos.

Por eso LALA, a través de su Digital Command Center, y en conjunto con AdCity, de ARENA Media, creó una estrategia integral entre anuncios espectaculares en espacios físicos (OOH) y banners publicitarios en **Waze**. Esta campaña disruptiva buscó eliminar la línea entre *Off Line* y *On Line* para crear *awareness* de la marca y llevar a los usuarios a los puntos de venta.

A través de la plataforma publicitaria **Waze Ads**, LALA pudo incrementar la recordación de marca en un 285% (arriba del benchmark de productos de consumo en México), y logró que los usuarios que vieron la marca en los dos medios, la recordarán más que aquellos que no la vieron.

Por otra parte, se agregó una variable única en una estrategia de medios exteriores: navegaciones a punto de venta. Gracias a la inteligencia de **Waze Ads** y al *marketing* basado en destino, se logró que aquellos que habían visto los espectaculares de LALA, pudieran ser conducidos al punto de venta.



Para este objetivo, los resultados fueron igual de positivos para la marca, ya que las personas que vieron el anuncio de LALA en el mapa o buscaron un supermercado, iniciaron 41% más navegaciones al punto de venta que aquellas que no vieron los anuncios.

Marketing basado en destino

Al combinarse la *data* y la experiencia de navegación de **Waze** con las estrategias publicitarias en espectaculares, se pueden crear estrategias poderosas y únicas que permitan llevar los mensajes de forma efectiva y que permitan obtener resultados inmediatos y medibles.

Es por esto que el *marketing* basado en destino es una de las herramientas más útiles, innovadoras y accesibles para colocar las marcas en la mente de los consumidores.

Si quieres conocer más visita waze.com y comienza a transformar los anuncios de tu empresa.

###

Acerca de Waze

Waze alberga una de las más grandes redes de conductores que trabajan juntos diariamente para eludir el tráfico ahorrando tiempo y dinero. La *app* recomienda las rutas más rápidas con base en la conducción en tiempo real y la información proporcionada por millones de usuarios. **Waze** cambia la forma en que los conductores se mueven a través de actos cotidianos de cooperación. En **Waze** creemos que las mejores soluciones de movilidad provienen de la tecnología, lo que les permite a las personas trabajar juntas. Desde desviaciones hasta ofertas relevantes de marcas favoritas, **Waze** es uno de los compañeros de manejo más completos en el mercado.

Para descargar de forma gratuita la *app* Waze para iOS o Android, visita:

<http://www.waze.com>

Para más información de la política de privacidad de Waze, visita:

<https://www.waze.com/legal/privacy>

CONTACTO

Ana Cureño

Cel: (+52 1) 55 3570 4790

ana.cureno@another.co