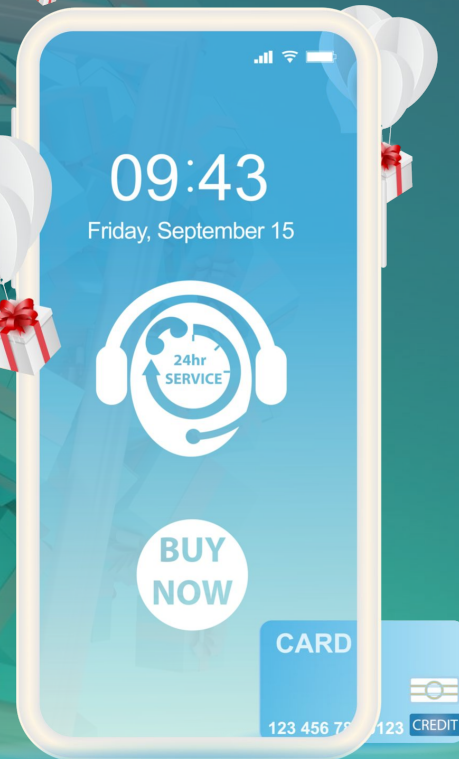


El nuevo Rush Final

Una guía para marketers sobre las estrategias de las semanas pico de invierno

Tendencias, publicidad y soluciones de segmentación desde Halloween hasta la temporada navideña

Octubre de 2021



Índice:

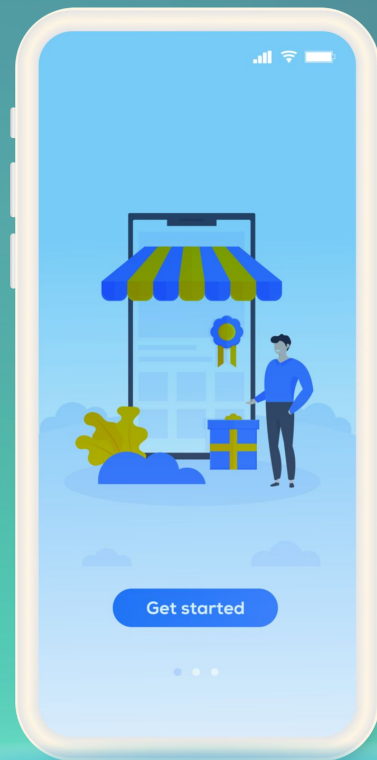
1. Tiempo de cambios: drivers y forecast para invierno 2021

2. Beintoo tendencias y perspectivas (Location Based)

- a. Apparel
- b. Food & Restaurant
- c. Grocery
- d. Consumer Electronics
- e. Automotive

3. Estrategia de segmentación publicitaria

- a. Halloween
- b. Black Friday
- c. Holiday Season
- d. Fashion Everywhere
- e. Winter Home Living
- f. Back to offline life
- g. Travell & Automotive
- h. Make Your Kousteau Target



Tiempo de cambios: hábitos y canales

¿Un día o un mes?

Durante el **Black Friday 2020** hubo **+19% de ventas** en las tres semanas previas al evento y **+15%** una semana antes. Ya no es solo un día especial, sino el **punto de partida** de una larga temporada de ofertas especiales que se extiende hasta el período navideño.



Solo hace falta un tap!

Las **compras móviles en 2020 alcanzaron el 39%** de las ventas, con una **tasa de conversión de +15%** en comparación con 2019 entre el 1 de noviembre y el 31 de diciembre. El móvil se ha convertido en **el canal de elección**, ya que las decisiones de compra a menudo se toman sobre la marcha o por impulso.



Cambio de ruta

En 2020, las **ventas online** superan a las de tienda con un **+32%** respecto a 2019. Esta tendencia también continúa en 2021, lo que confiere al **comercio electrónico** un papel central y crea la necesidad de estrategias multicanal.



Una experiencia diferente

Seleccionar el target adecuado para tu oferta e involucrarlo con el **mensaje correcto** en el **momento justo** se vuelve esencial, pero también proponer una **experiencia de usuario** que promueva la compra en los canales que mejor se adapten a las características de las **audiencias individuales**.

Forecast otoño e invierno 2021



Revenge Shopping e Yolo economy

Después de un largo período de restricciones, es más probable que los consumidores gasten, tanto en **online** como **offline**.

La **economía de Yolo** empuja a la población, especialmente a la generación millennial, en busca de nuevas experiencias **offline**.

Sectores involucrados

Apparel, food & restaurant, event & leisure, travel, automotive, entertainment, sport



Home Life

La tendencia sigue siendo vivir en **espacios domésticos** con mayor frecuencia, tanto para el trabajo como para el tiempo libre.

Mucho espacio para la **cocina**, los **pasatiempos**, el **entretenimiento** en el hogar y la **compra de productos** que hacen cada vez más cómodos los ambientes y las actividades diarias.

Sectores involucrados

Grocery, home entertainment, laundry & home care, beauty & pharma, consumer electronic, home office, petcare.



Sales Occasion & Holiday Season

Otoño lleno de ocasiones para **promociones especiales**, iniciativas temáticas, la necesidad de comprar regalos o simplemente dar un capricho a las compras impulsivas.

Las **compras navideñas** se expanden con el tiempo, comenzando con el Black Friday.

Sectores involucrados

Apparel, Home Design, Consumer Electronic, Children, Travel.

A conceptual image showing a hand pouring water onto a row of five seedlings of increasing size growing from soil. The background is a soft green gradient.

Perspectivas sobre los principales sectores

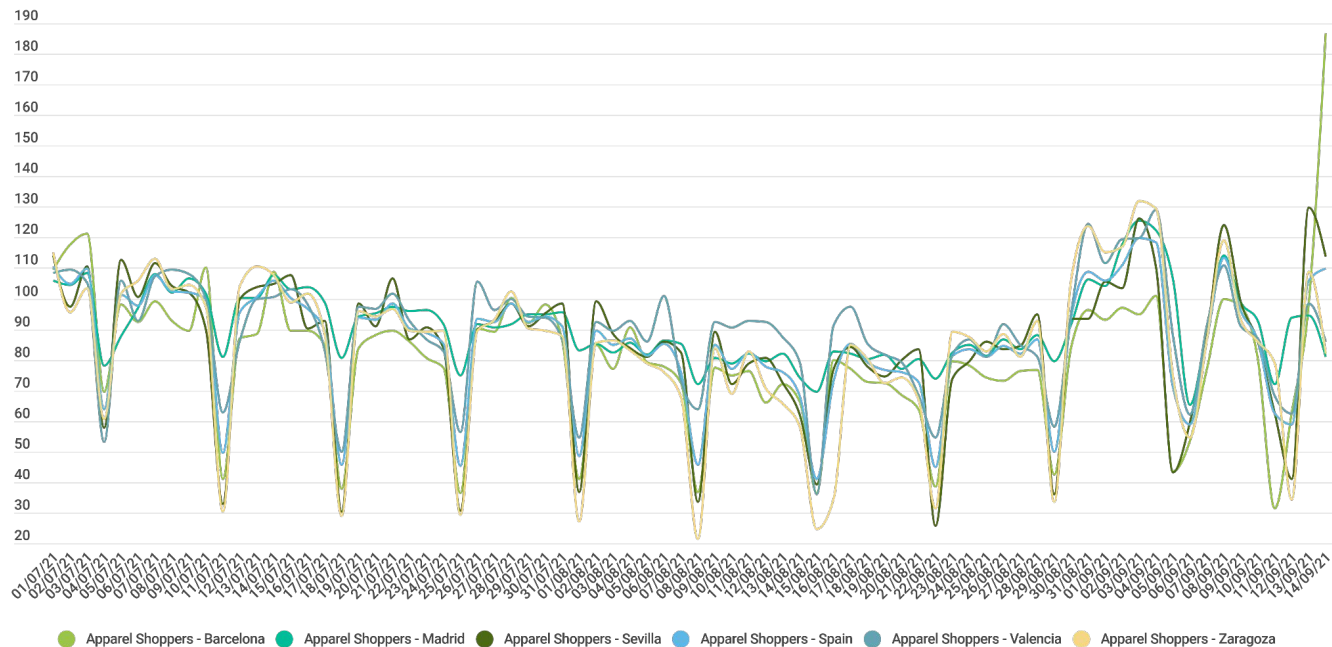
Datos movil de Beintoo

Beintoo Insights - Apparel

El **monitoring** de la visitas a los puntos de venta del **sector Textil**, destacó en todas las ciudades analizadas, un periodo de estabilidad en los meses de **Julio** y **Agosto**, con caídas constantes los **domingos**.

En cambio, a partir de la **segunda semana de Septiembre** hubo un aumento de visitas entre **+20% y +30% en todas las ciudades**

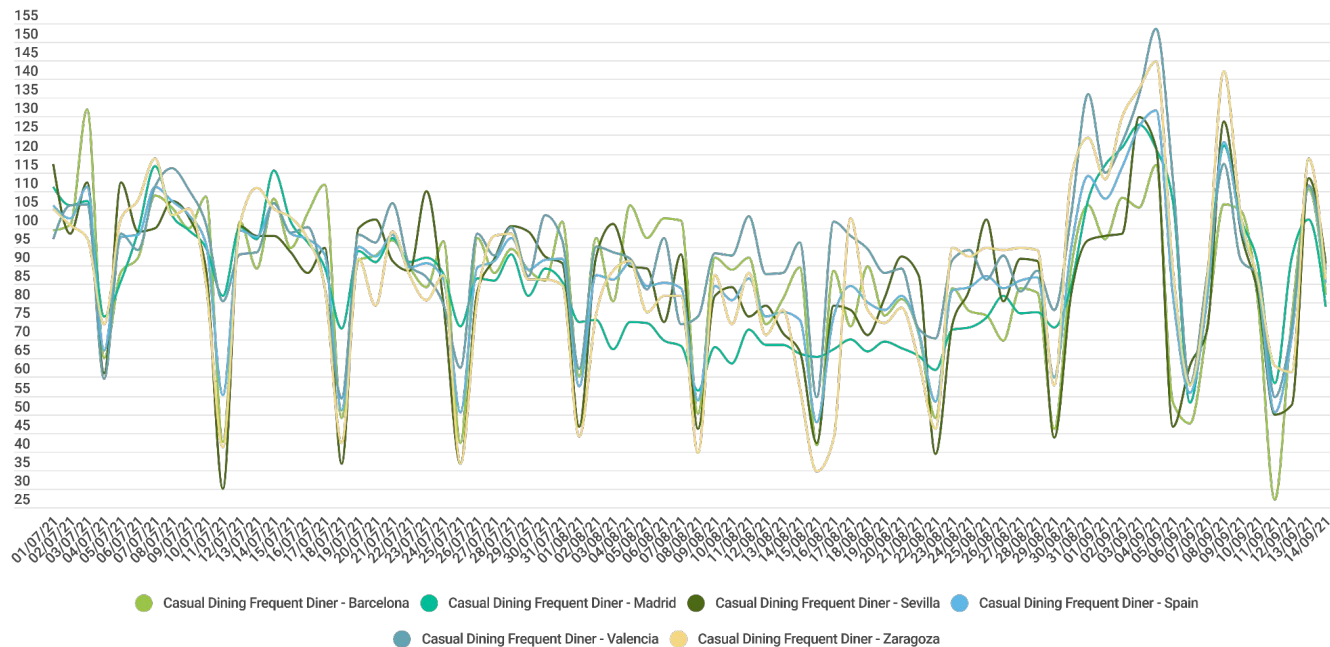
Barcelona incluso tuvo un pico de casi **+90%** de visitas el día **14 Septiembre**.



Beintoo Insights - Food & Restaurant

El **monitoring** de los **POI** en el **sector Food & Restaurants** mostró una **tendencia** bastante estable en el **mes de Julio** en las principales ciudades, con algunos incrementos en la visitas del **+10% +15%**, y frecuentes descensos los domingos.

Desde la primera semana de **Septiembre**, sin embargo, hubo un aumento general de alrededor del **+20%** en la visitas y picos más altos del alrededor del **+50%** en **Valencia**, **+40%** en **Zaragoza** y **+30%** en **Sevilla, Madrid e Valencia**.



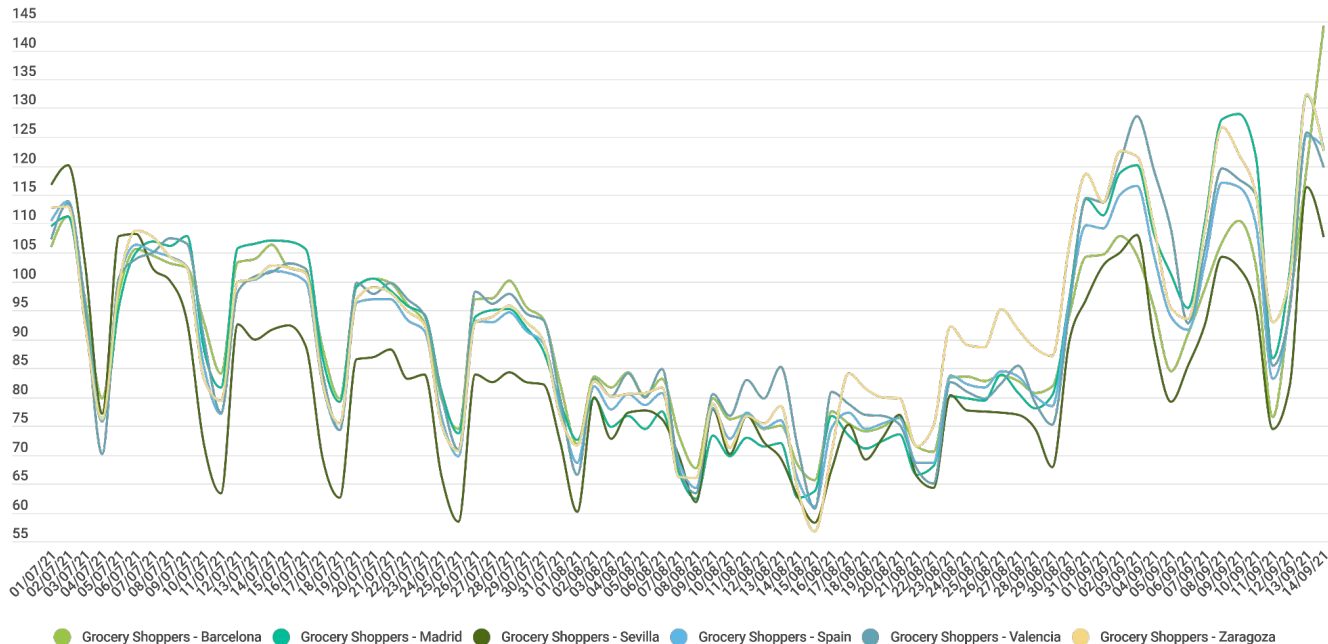
Beintoo Insights - Grocery

El **monitoring** de las tiendas del sector **Grocery** mostró en **julio** una tendencia **constante o ligeramente decreciente** en las visitas entre semana y muy decreciente los **domingos**. **Sevilla** llega incluso a **-60%** de visitas en algunos días.

Agosto fue sensiblemente inferior a la media, situándose en torno al **-40% en las ciudades de Sevilla y Zaragoza**.

A partir de la primera semana de **Septiembre** la tendencia se invierte, con un incremento de hasta **+20% - +30% en Madrid, Zaragoza y Valencia**. La recuperación de **Barcelona y Sevilla fue** más lenta, que se recupera en las siguientes semanas, alcanzado picos del **+45% y +20%** respectivamente.

Los **días preferidos** para las compras en tienda (con mas visitas) son: **martes, jueves y viernes**

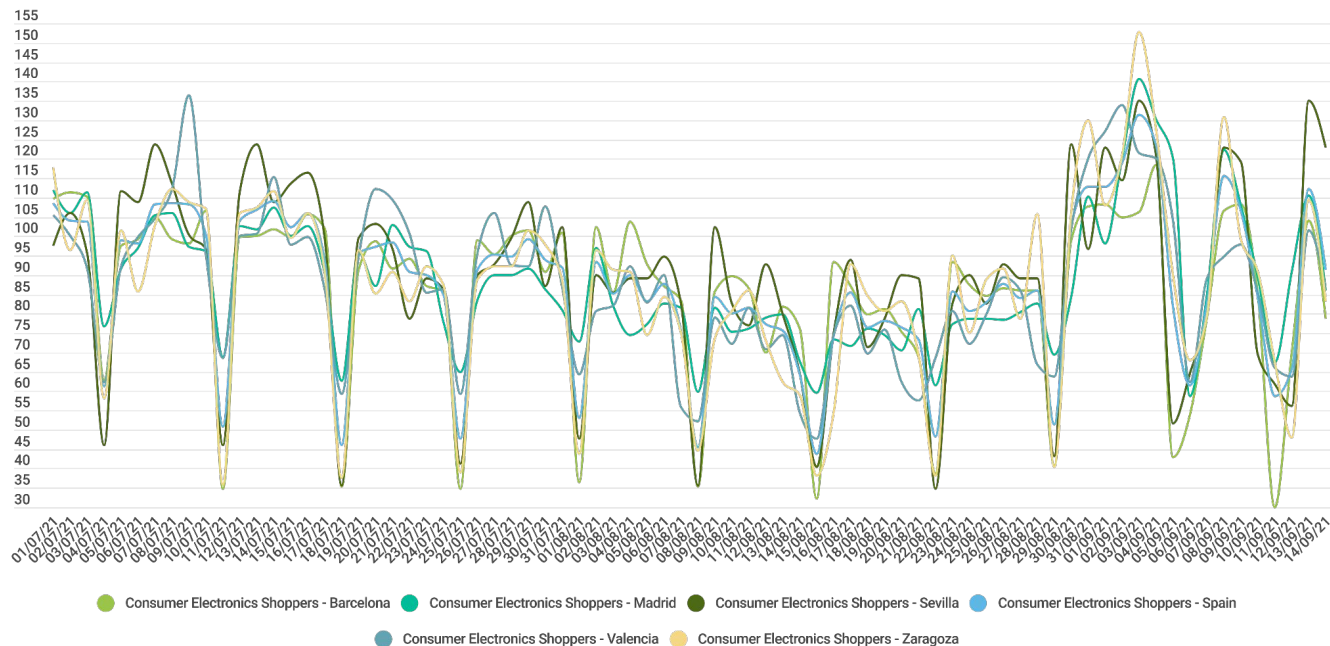


Beintoo Insights - Consumer Electronics

El **monitoring** de los puntos de ventas del **sector Consumer Electronic** mostró una **tendencia bastante estable en el periodo de julio**, excluyendo las caídas del domingo y algunos incrementos de visitas entre **+%20 y +%30** en las ciudades de **Valencia y Sevilla**.

En el mes de **Agosto** se produjo una **muy leve caída** en torno al **-10%** de media.

Desde los últimos días de **Agosto** se ha producido un **aumento generalizado** de las visitas al sector entre el **+20% y +40%** en **todas la ciudades**, y con picos más altos en **Zaragoza, Madrid, Sevilla y Valencia**.



Beintoo Insights - Automotive

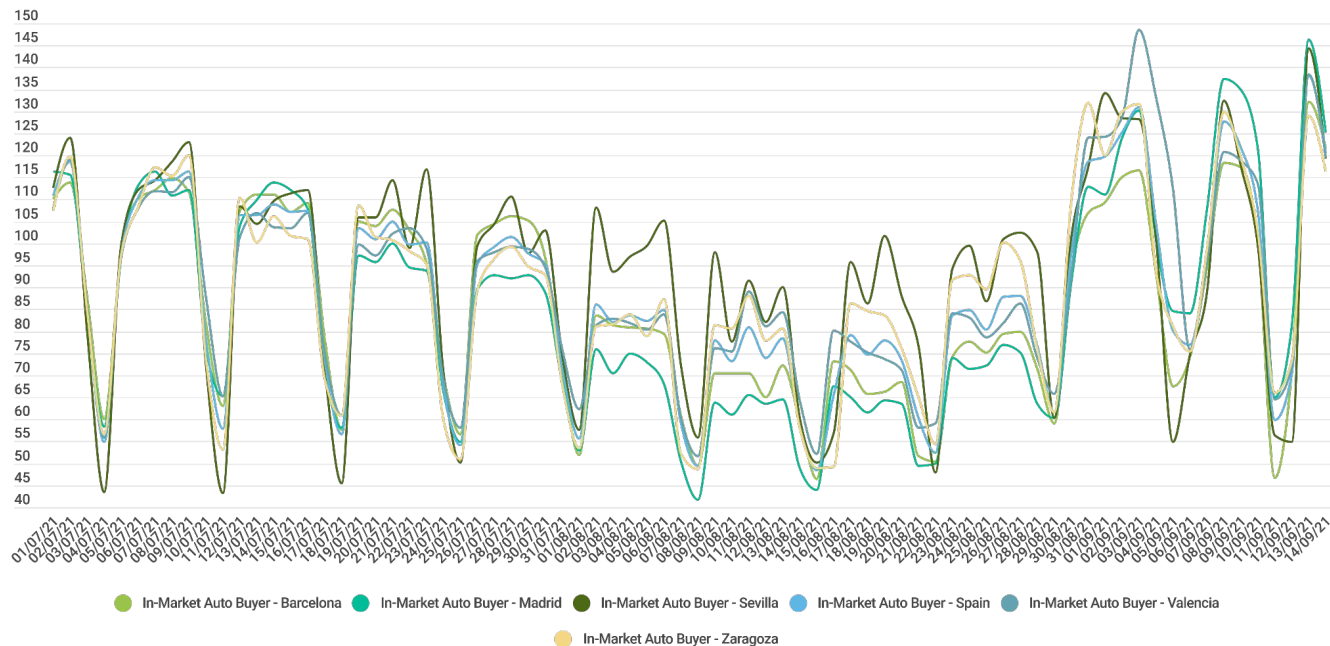
El monitoring de los **concesionarios de auto** registró un **incremento de +10% y +20%** en todas las ciudades, excluido domingos, el mes de **Julio**

En el **mes de Agosto** se produjo un descenso fisiológico, con descensos de hasta el **-60%**.

Las ciudades que menos sufren el declive fueron **Sevilla y Zaragoza**.

Desde el principio de **Septiembre** podemos ver una excelente **recuperación** en las visitas a todas las ciudades con picos de hasta el **+45%**.

Los días de mayor actividad de la semana son los **jueves y viernes**.



Beintoo Ad Targeting Strategy

Gracias a los estudios realizados y a los insights que surgieron, Beintoo ha creado **estrategias publicitarias** con **públicos objetivo** que se pueden activar para **campañas de publicidad digital y mobile** con diferentes objetivos.

Las **audiencias** se crearon utilizando **datos privados offline** (mobile data) y **datos online** de partners seleccionados. En este documento se han clasificado por verticales, pero se pueden mezclar y enriquecer según las necesidades específicas de la marca.

Mobile & Desktop Campaigns DOOH e OOH Retargeting

Digital, Social, OOH retargeting,
Audio Addressable

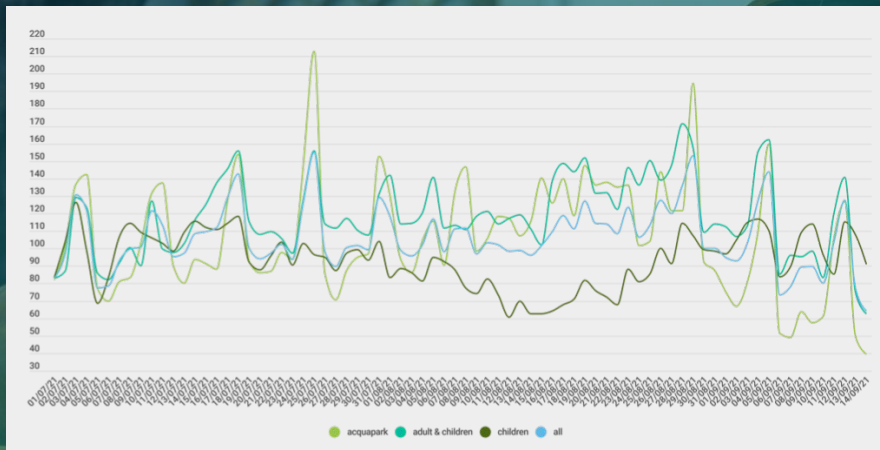


Awareness & Consideration



Action & Loyalty

Drive to Store - Drive to Site - Drive to E-commerce
Performance, SMS, DEM, Proximity



SPECIAL TARGET Halloween

Beintoo, gracias a su tecnología de location intelligence, ha monitoreado los principales parques de atracciones, parques acuáticos y parques infantiles con el fin de perfilar la tendencia de visitantes de los últimos meses y construir audiencias dirigidas a publicidad dedicadas a Halloween.

Audience

Parques de atracciones/ temáticos

usuarios amantes de los parques de atracciones, cuyas visitas se hayan comprobado en los tres meses anteriores o durante el período de Halloween del año anterior

Sweet Treat:

padres de niños o usuarios que han mostrado pasión por el mundo de los dulces y las fiestas temáticas

Movie Marathon:

amantes de las series de televisión y usuarios frecuentes de aplicaciones de de video streaming (app usage data)

Food Delivery addicted:

Usuarios amantes de la comida que utilizan con frecuencia los servicios de delivery de comida.

Sweet Life @ Home:

usuarios que han mostrado largas estancias en casa y interés por los productos alimenticios (divididos en tipos) y los productos para la decoración del hogar

SPECIAL TARGET Black Friday

Audience

Sales Addicted:

usuarios que han mostrado un interés particular en promociones y ventas de temporada tanto online como offline.

Tech Addicted:

usuarios amantes de la tecnología, siempre atentos a las innovaciones y descuentos de productos

Fashion & Beauty Occasion:

consumidores que visitan o compran con frecuencia productos relacionados con la industria online, especialmente junto con las ventas o los cambios estacionales

Renovación del hogar

usuarios que pasan mucho tiempo en casa, amantes del design y tecnología del hogar, interesados en comprar nuevos productos para renovar sus hogares

Waiting for Holiday:

usuarios amantes de las fiestas navideñas que, según los datos y tendencias que han ido surgiendo, anticiparán las compras



SPECIAL TARGET Holiday Season

Audience

Christmas & Last Minute Shoppers:

usuarios que se ha mostrado que frecuentan las tiendas con más asiduidad, o que realizan compras online en particular en este período

Furniture & Decorations:

Muebles y decoración: usuarios que pasan mucho tiempo en casa, amantes del design, la decoración y la tecnología del hogar.

Regalos de Papá Noel y Los Reyes Magos:

padres con hijos de diferentes grupos de edad, dispuestos a realizar compras de juguetes, videojuegos y en general productos para niños y adolescentes

Travel Addicted:

amantes de los viajes, fines de semana y entusiastas de la montaña

Home Dinners & Party:

entusiastas de la cocina, visitantes frecuentes de supermercados, tiendas de alimentación, vinotecas y e-commerce

SPECIAL TARGET



Predictive Model



Audience

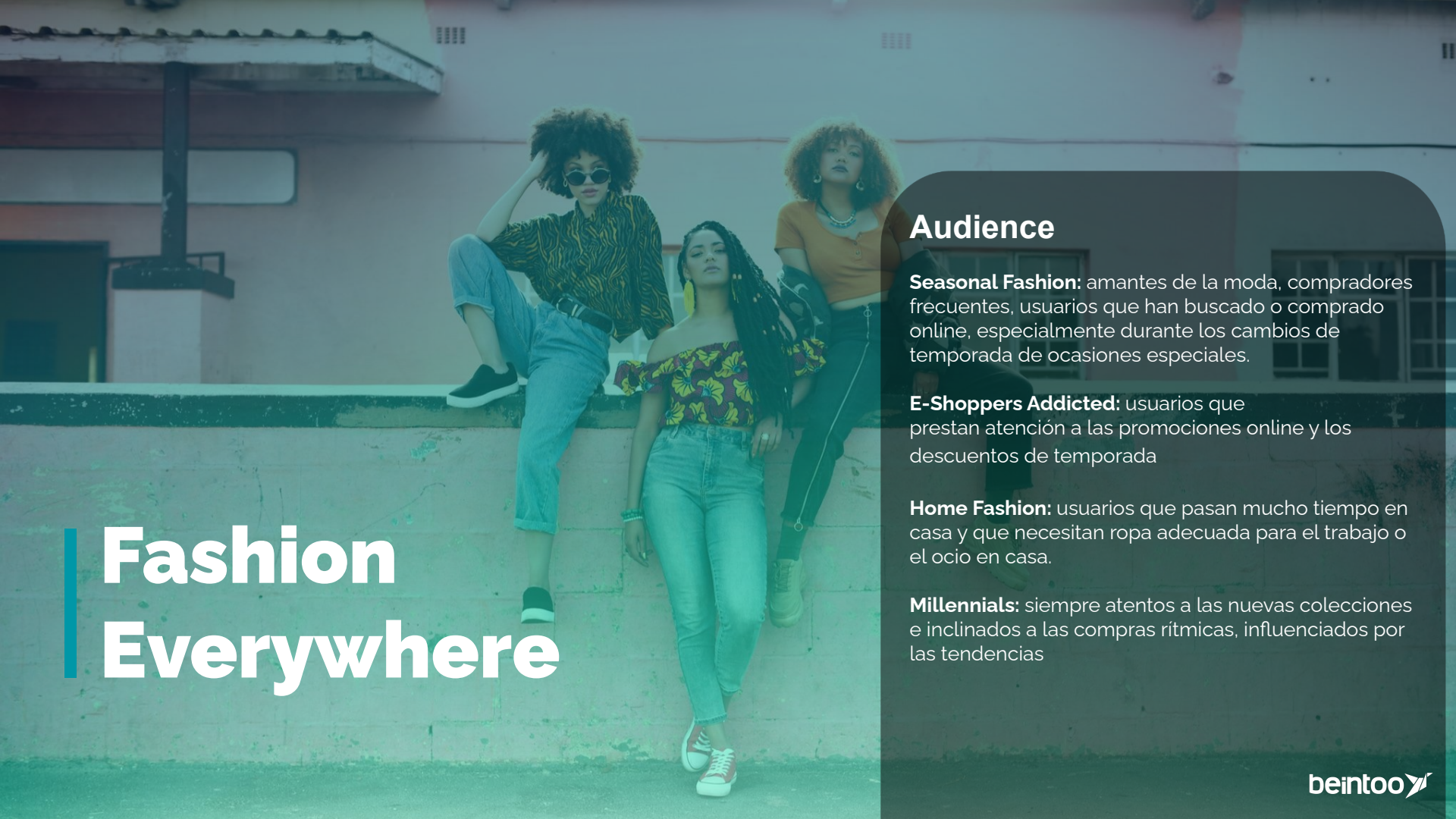
Home Screen:

Beintoo, gracias a su tecnología de location intelligence, es capaz de identificar la ubicación del hogar de grupos de usuarios y determinar qué días o franjas horarias se encuentran en su hogar.

Después de haber aislado estos colectivos, de los que también conocemos sus comportamientos y preferencias, y haber recibido la información sobre pasajes publicitarios televisivos, es posible involucrarse en tiempo real con un anuncio mientras navegan en su teléfono inteligente, fortaleciendo la comunicación en múltiples canales.

Predictive Audiences:

Grupos de usuarios cuyas compras futuras o próximas visitas a PDI específicos se pueden predecir, para que se activen en momentos con alto potencial receptivo (en función de su rutina). Estos grupos se crean a partir de datos históricos de Beintoo y mediante modelos matemáticos avanzados y aprendizaje automático, que permiten identificar patrones comunes y ampliarlos con una metodología similar



Fashion Everywhere

Audience

Seasonal Fashion: amantes de la moda, compradores frecuentes, usuarios que han buscado o comprado online, especialmente durante los cambios de temporada de ocasiones especiales.

E-Shoppers Addicted: usuarios que prestan atención a las promociones online y los descuentos de temporada

Home Fashion: usuarios que pasan mucho tiempo en casa y que necesitan ropa adecuada para el trabajo o el ocio en casa.

Millennials: siempre atentos a las nuevas colecciones e inclinados a las compras rítmicas, influenciados por las tendencias

A photograph of a man and a woman from behind, looking into a kitchen. The man is on the left, and the woman is on the right. They are both looking towards the right side of the frame. The image has a teal overlay. The text 'Winter Home Living' is written in white on the left side, with a vertical teal bar to its left.

Winter Home Living

Audience

Chef at home: amantes de la cocina y entusiastas de la comida, usuarios que a menudo frecuentan puntos de venta minoristas a gran escala (con preferencias de productos divididas: por ejemplo, sin gluten, orgánico, niños, etc.)

Food delivery addicted: usuarios amantes de la comida que utilizan con frecuencia los servicios de delivery de alimentos

Serial Minds & Tv Addicted: amantes de las series de televisión y usuarios frecuentes de aplicaciones de video streaming o interesados en inscribirse a la Pay tv.

A couple is seated at a table in a restaurant, looking out a large window at a bridge. The man is smiling and gesturing with his hand. The woman is seen from the back, looking towards the man. The scene is dimly lit, with a lamp on the left and natural light from the window. The entire image has a teal overlay.

Back to Reality

Audience

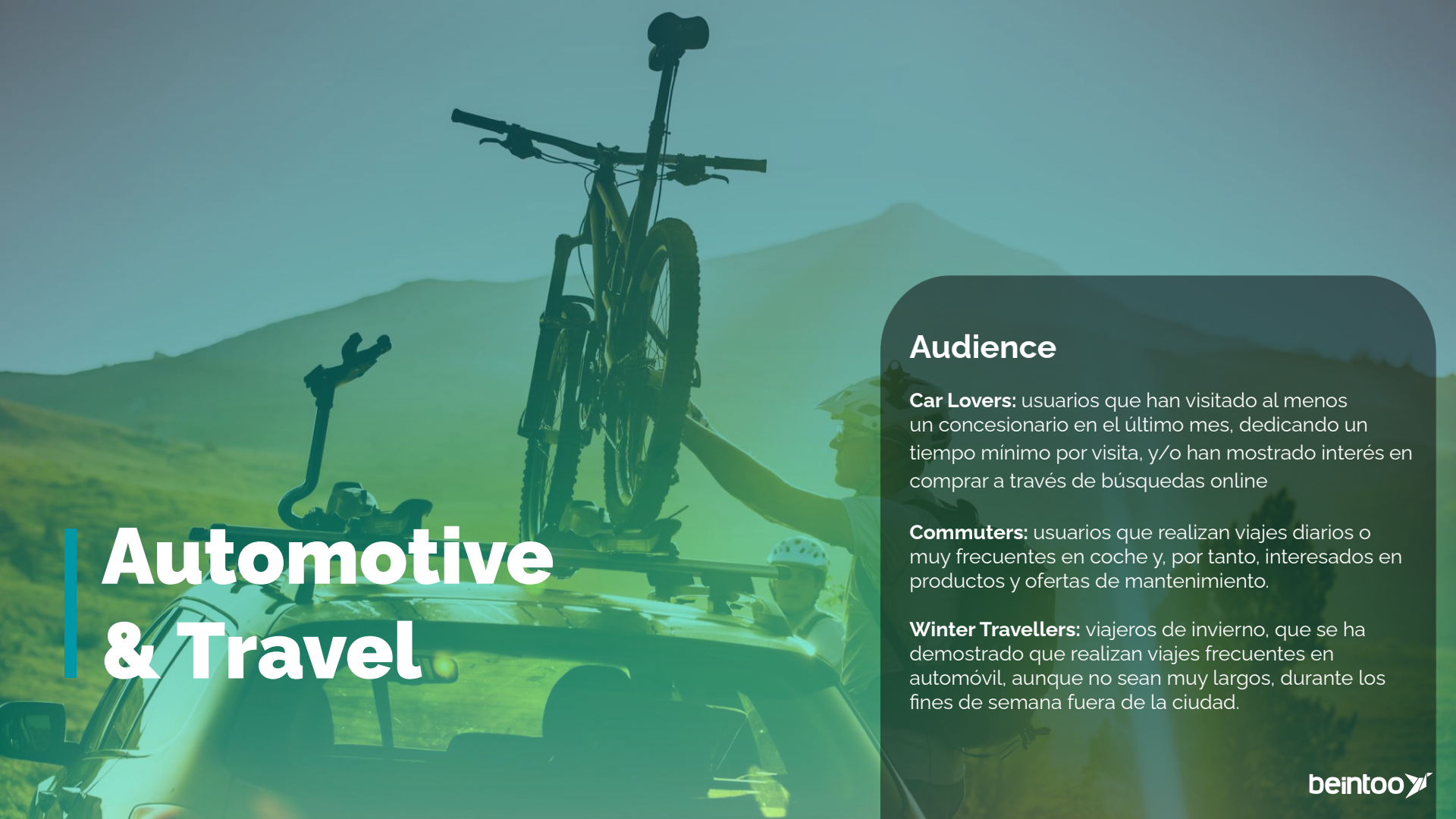
Restaurants Lovers: usuarios frecuentes en restaurantes (con división por nivel desde comida rápida hasta lujo) especialmente en invierno

Eventi: fanáticos de eventos, exposiciones, demostraciones, conciertos en vivo y eventos deportivos

Cinema, teatro, musei: amantes del cine, el teatro y los museos, visitantes frecuentes, especialmente antes del lockdown

Sporty People: deportistas incansables y aficionados a la práctica dispuestos a adquirir material, ropa, complementos o apuntarse a abonos para eventos deportivos.

Città d'arte: entusiastas del turismo cultural que suelen ir a la ciudades de visita cultural, incluso los fines de semana.

A person wearing a helmet is loading a bicycle onto a roof rack of a car. The background shows a mountainous landscape under a clear sky. The image has a greenish-blue tint.

Automotive & Travel

Audience

Car Lovers: usuarios que han visitado al menos un concesionario en el último mes, dedicando un tiempo mínimo por visita, y/o han mostrado interés en comprar a través de búsquedas online

Commuters: usuarios que realizan viajes diarios o muy frecuentes en coche y, por tanto, interesados en productos y ofertas de mantenimiento.

Winter Travellers: viajeros de invierno, que se ha demostrado que realizan viajes frecuentes en automóvil, aunque no sean muy largos, durante los fines de semana fuera de la ciudad.

Make Your Kousteau Target

Si tiene datos móviles propios, una aplicación o desea utilizar datos de Beintoo para enriquecer su activo de datos, puede crear audiencias personalizadas para el lanzamiento de campañas publicitarias utilizando la plataforma de datos de clientes de Kousteau.

¿Qué ofrece nuestra plataforma?



Silos privados donde puede administrar y utilizar sus datos, o los que Beintoo pone a disposición (recopilados a través del SDK patentado).



Administrar y monitorear los consentimientos y políticas de privacy a través de una plataforma de gestión de consentimiento certificada por IAB



Realizar análisis de business y location intelligence contenidos en paneles interactivos de fácil navegación.



Activar clústeres de usuarios altamente perfilados con campañas publicitarias, gracias a la integración con las principales plataformas publicitarias programáticas

Output & Insights

Beintoo es capaz de realizar estudio de **Location Intelligence** pre y post campañas digital e mobile advertising. Herramientas estratégicas para que las marcas desarrollen una nueva conciencia sobre la **customer journey** y para **medir las acciones de marketing**.

Los principales análisis:



Visit Trend: seguimiento con visitas divididas por punto de venta y comparación con benchmarks del mercado



Mobile Ad Meter: análisis y medición del conocimiento de marca, relacionado con los hábitos de comportamiento de sus consumidores



Brand Affinity: identificación de las marcas y sectores de interés frecuentados por sus clientes



Competitor & Loyalty Analysis: identificación de competidores, medición de lealtad y superposiciones



Footfall Analysis: BeAttribution Lite y Full (medición de la efectividad de la campaña en términos de visitas atribuidas a la tienda)

Rich Media

Beintoo cuenta un inventario de **más de 40 formatos rich media propios** diseñados para cubrir las necesidades de **todos los objetivos de campaña de diferentes marcas**, con **posibilidad de personalización** gracias a nuestro **equipo de diseño interno**.

Next Frame



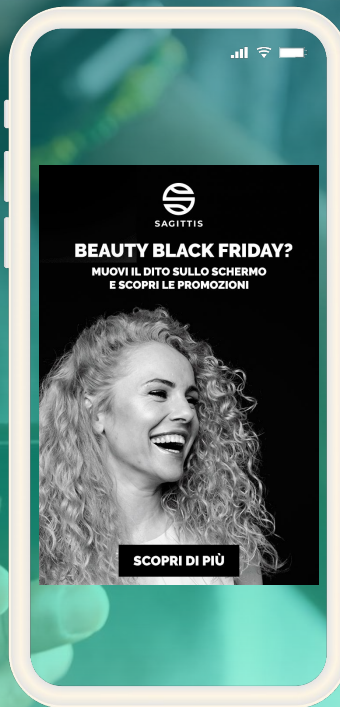
Windows Flip



Scratch



Zoomify



Advergame



Contáctenos para más información
salesespana@beintoo.com