

# Centro comercial "Factory Bonaire"

## De la web a la tienda

A través de la agencia CSG Comunicación

### Sobre la compañía

La agencia CSG Comunicación cuenta con muchísimos clientes minoristas, en especial centros comerciales. Para estos centros comerciales, la comunicación con sus clientes supone un reto, ya que ésta se realiza a menudo directamente con las tiendas y no con el centro en sí mismo. Este último, cuenta por lo tanto con escasos medios a su disposición para recopilar direcciones de correo electrónico que le permitan mantener un vínculo con aquellas personas que acuden físicamente. Es en este ámbito en el que intervienen las campañas interactivas, que permiten a su vez dotar de visibilidad al centro y a sus tiendas, incrementar el tráfico a través de animaciones y de acciones concretas y recoger datos sobre preferencias de clientes con vistas a personalizar las ofertas que se envían en la newsletter.

### Objetivos de marketing



**Phygital:** Factory Bonaire emplea campañas interactivas para atraer tráfico a sus tiendas mediante animaciones y acciones concretas.



**Segmentación:** los concursos permiten recopilar datos sobre preferencias que se utilizan para personalizar las ofertas que se envían por correo electrónico a los usuarios.



**Monetización:** Mediante diversos concursos, se dota de mayor visibilidad a colaboradores y tiendas concretas del centro.



**Opt-in:** La gran mayoría de los formularios ofrecen la posibilidad de suscribirse a la newsletter para recibir promociones.

### Resultados globales

17

Campañas creadas

53,203

Juegos

29,049

Perfiles únicos

28,746

Nuevos perfiles únicos

### Ejemplo Memory: ¿conseguirás emparejar las cartas?

Bases: El centro comercial Factory Bonaire, situado en Valencia, puso en marcha una campaña especialmente ingeniosa y que llevaba por título Memory. La campaña le permitió al mismo tiempo dar visibilidad a sus marcas, impulsar sus redes sociales, incrementar el número de opt-ins y recopilar datos. El objetivo del juego para el participante: dar la vuelta a las cartas y emparejarlas entre ellas en un tiempo récord. La clave del éxito: la posibilidad de ganar vales de compra de 100 euros. Las cartas incluían logotipos de las diferentes tiendas del centro comercial y el formulario que aparecía al final invitaba al participante a suscribirse a la newsletter.

1.112 direcciones de email recogidas

¡Juega y gana 100€ en compras!

¡DESCUBRE LAS TIENDAS DE VALENCIA CON LOS MEJORES DESCUENTOS!

DESCUENTOS SOBRE DESCUENTOS

Pon a prueba tu memoria visual y gana 100€ en compras.