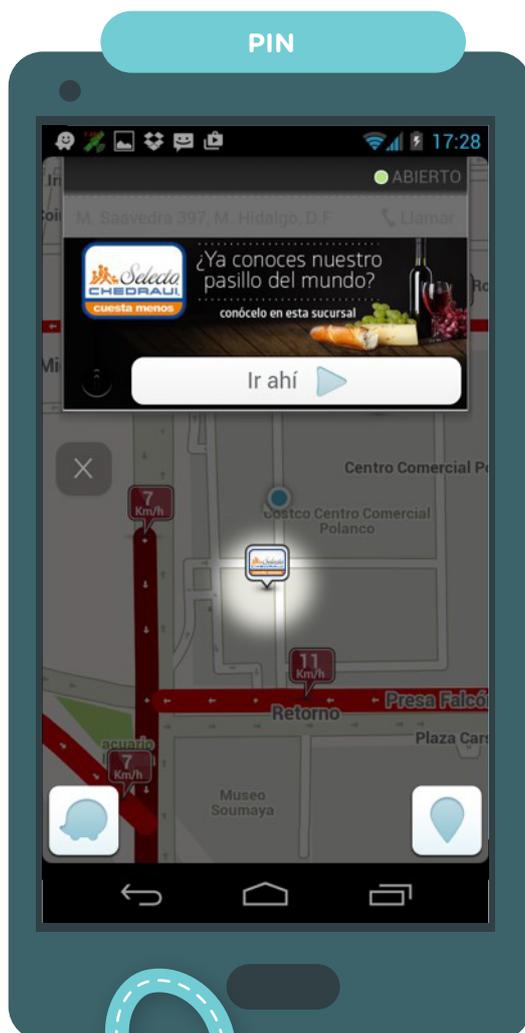




CASO DE ÉXITO



¿Cómo logró Chedraui aumentar el tráfico hacia los puntos de venta mediante promociones atractivas en Waze?

CHEDRAUI

**PAÍS: MÉXICO
AÑO: 2015**

Chedraui es una de las principales cadenas de supermercados en México que ofrece todo tipo de productos en 4 formatos de tiendas alrededor del país. Selecto Chedraui es el formato premium de la cadena, enfocada hacia un público objetivo exigente y con alto poder adquisitivo. Además de manejar productos de sus otros formatos, cuentan con áreas de alimentos gourmet, cava de vinos, productos de importación, selección de especies marinas vivas en estanque y cafetería de lujo. En la actualidad, la compañía cuenta con más de 215 tiendas distribuidas en el país.



¿CUÁL ERA EL OBJETIVO PRINCIPAL DE LA MARCA?

Como toda marca de retail, su objetivo principal es **incentivar la asistencia de muchas más personas al punto de venta**. Las campañas apuntaron principalmente en todos los casos a otorgar visibilidad óptima al formato de **tiendas Premium del Grupo Chedraui** con herramientas puntuales y eficientes.

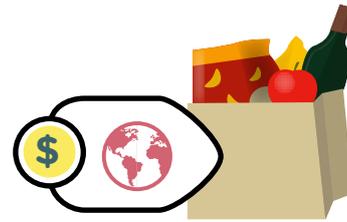
¿POR QUÉ ELIGIERON WAZE?



La marca eligió Waze con el objetivo de posicionar las tiendas Selecto Chedraui en lugares estratégicos, y la posibilidad de medir cuántos usuarios se acercaban a las tiendas gracias a los anuncios en la plataforma. Además, estar en Waze le brindaba la oportunidad de conectarse con sus consumidores que son usuarios habituales de Waze.

¿PARA QUÉ UTILIZARON WAZE?

Chedraui utilizó Waze principalmente para **comunicar sus promociones**, a través de las cuales atraían a los usuarios a hacer una pasada por una tienda Selecto Chedraui de camino a sus hogares. Las promociones ofrecían **descuentos del 50%**, o invitaban a los Wazers a escaparse del tránsito.



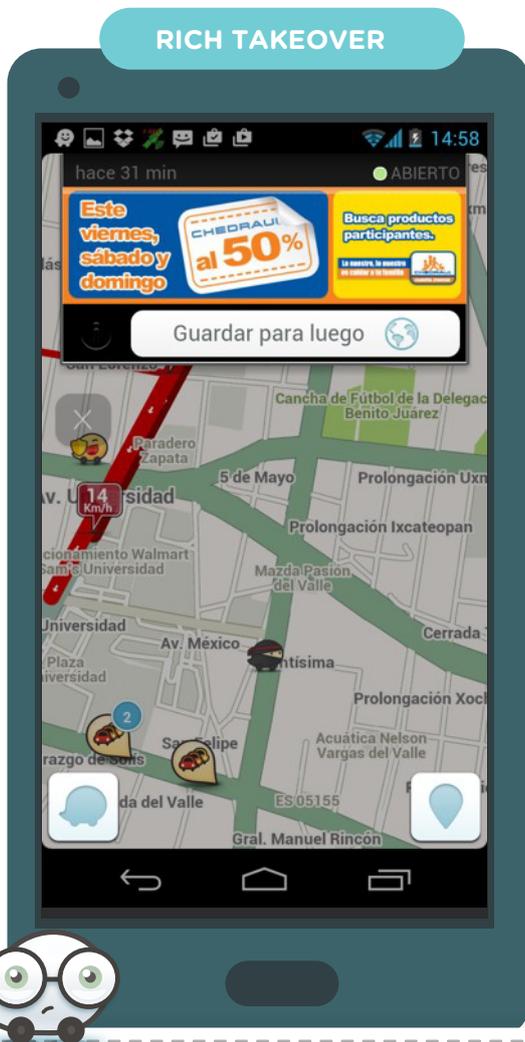
También se utilizó la aplicación para dar impulso a la comunicación **“Pasillos del mundo”**, una propuesta exclusiva de las tiendas Selecto Chedraui que incluye productos de consumo importados.

¿CÓMO UTILIZARON LOS PRODUCTOS PROMOCIONADOS



Las campañas utilizaron **Pins** en lugares estratégicos ubicando así las tiendas Selecto Chedraui.

Además, se promocionaban los anuncios con **Rich Takeover con diferentes Call-to-Action** como “Ir ahí”, “Guardar Ubicación”, y “Guardar para luego”, de manera que pudieran dirigirse a las tiendas en otro momento.



¿CUÁLES FUERON LAS VENTAJAS DE TENER PRESENCIA EN WAZE?

- 1 **Marcar en el mapa** la ubicación de las tiendas Selecto Chedraui y poder influir en la decisión de llevar al usuario al punto de venta.
- 2 **Utilizar formatos de alto impacto:** los formatos Rich Takeover, por su naturaleza visual, son más atractivos para captar la atención del Wazer cuando está detenido por más de 10 segundos.
- 3 **Mayor interacción con los anuncios:** los Wazers ya conocen los anuncios de la marca, y como suelen tener promociones, se sienten motivados a hacer click en ellos. De esta manera, luego de nueve meses de presencia en la plataforma, Chedraui logró una respuesta comprometida entre los Wazers mexicanos y fue incrementando su CTR hasta llegar a un 18%.
- 4 **Posibilidad de medir la inversión:** con Waze, la marca pudo acceder a métricas y un control estadístico de su pauta.

TESTIMONIO:

“ Lo que inició como un refuerzo estratégico para dar a conocer la gama de productos de nuestro “Pasillo del Mundo” e incluso a realizar su despensa, en momentos en que los Wazers circulan cerca de alguno de los Selecto Chedraui, se vio reflejado en un alto engagement y conversión directa en ventas, obteniendo un CTR muy por arriba del esperado. Un modo diferente de acercarnos a las audiencias. ”

Claudia M. Ramírez - Marketing, Publicidad y Promociones

¿Dudas? ¿Comentarios? Estamos para ayudarte.

@IMSCorp | IMSMobile@imsmobile.com

Waze's Ad Sales Partner in Latam