

CASO DE ÉXITO



El Palacio de Hierro

El Palacio de Hierro es una empresa mexicana de tiendas departamentales de lujo. Abrió sus puertas en 1891 con un objetivo claro: ofrecer a sus clientes la mejor experiencia de compra.

Actualmente cuentan con 13 tiendas en todo el país, además de boutiques y extensiones de negocio.



DESAFÍO

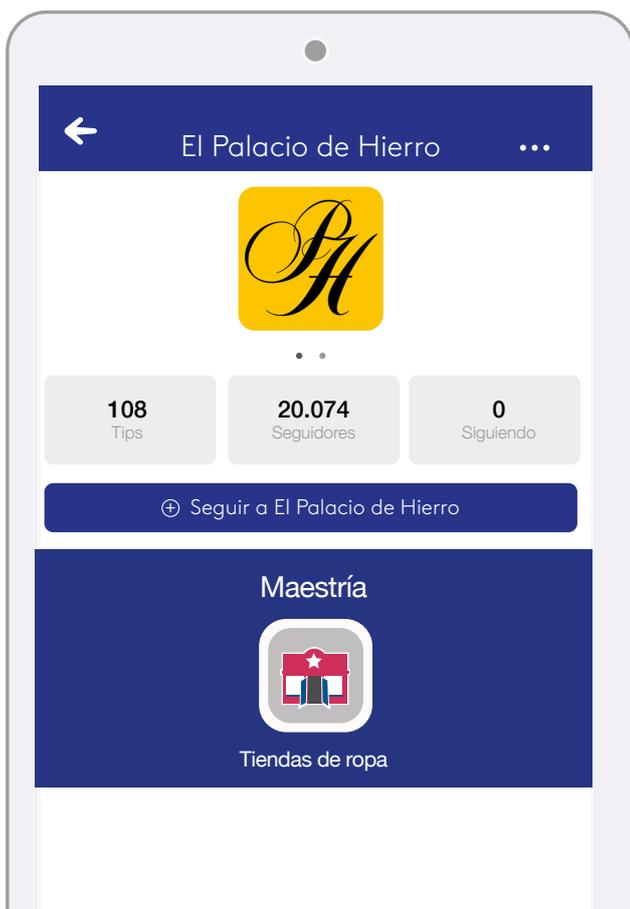
El desafío principal de la empresa era **generar awareness y tráfico hacia las tiendas** comunicando promociones específicas, en este caso para las Noches Palacio Disco y el Buen Fin.

“Noches Palacio”



Las tiendas El Palacio de Hierro realizan una vez al año el evento “Noches Palacio”, que se caracteriza por otorgar descuentos, mensualidades y la posibilidad de acumular monedas (puntos) en cada compra que se realice durante ese período.

Las “Noches de Palacio” se realizan durante los fines de semana del mes del evento, y las tiendas que participan varían semana tras semana dependiendo su localización.



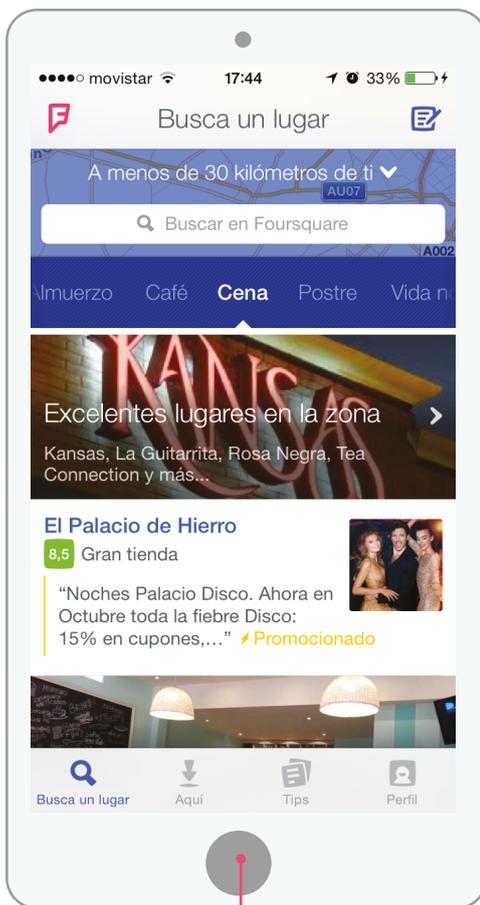


SOLUCIÓN

El Palacio de Hierro utilizó los anuncios de Foursquare para comunicar las promociones exclusivas vigentes para las Noches Palacio y para El Buen Fin.

Para la acción **Noches Palacio Disco** anunciaron **15% en cupones y 24 mensualidades**. En el caso del **Buen Fin** ofrecieron hasta **40% en cupones y 18 mensualidades**.

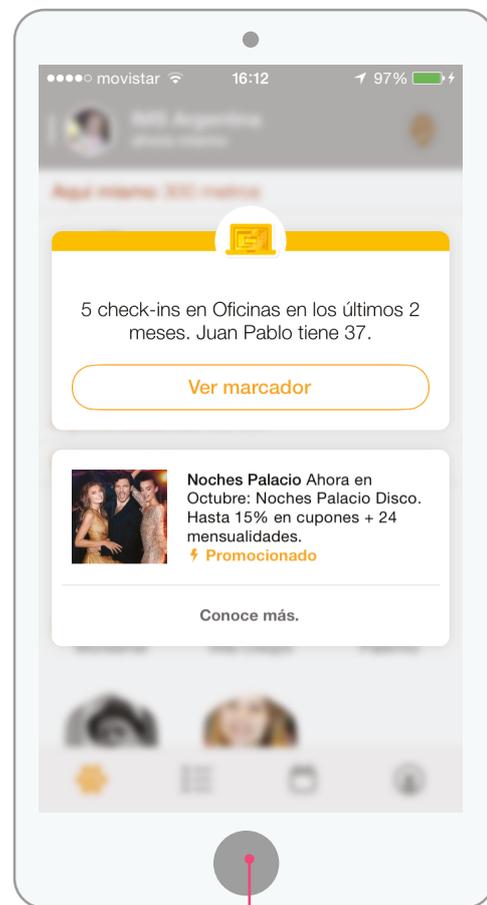
TIPOS DE ANUNCIOS



1

PROMOTED PLACES (PP)

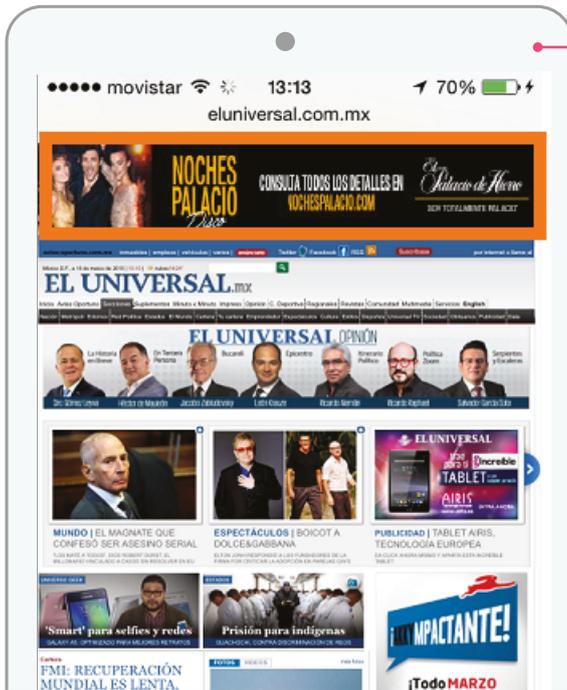
Para promocionar las tiendas de Palacio de Hierro.



2

PLACE BASED ADS (PBA)

En comercios y oficinas.



3

FOURSQUARE AUDIENCE NETWORK (FAN)

Para impactar audiencias afines fuera de Foursquare. En este caso segmentaron la base, apuntando a los siguientes grupos:

Súper Comprador ✓

Profesionales ✓

Viajeros de Negocios ✓

Vida Lujosa ✓

Experto en Café ✓

Tecnófilos ✓



RESULTADOS



+153.000
Impresiones
Promoted Places



3%
CTR
Promoted Places



+11.000
Impresiones
Place Based Ads



2%
Action Rate
Place Based Ads



+2.000.000
Impresiones
Foursquare
Audience Network



0,6%
CTR
Foursquare
Audience Network



CLAVES DE ÉXITO



ALCANCE A LA AUDIENCIA CORRECTA:

a través de las segmentaciones que ofrece Foursquare y a los anuncios elegidos para las campañas pudieron llegar a su target objetivo a través de las acciones realizadas.



MENSAJE Y DISEÑO DE LOS ANUNCIOS:

la oferta de cupones y mensualidades para las Noches Palacio Disco y el Buen Fin junto con el diseño de las creatividades causaron un considerable impacto en la audiencia.

“Swarm y Foursquare nos permitieron tener un mayor alcance, en el target que fijamos para comunicar nuestras promociones de Noches Palacio y El Buen Fin. Estas fechas son clave para nuestro negocio y gracias a los Promoted Places pudimos llevar personas al punto de venta, lo cual es bastante difícil teniendo en cuenta la época. Además, pudimos impactar a distintos segmentos de audiencias relacionadas a El Palacio de Hierro con Foursquare Audience Network, y obtuvimos muy buenos resultados”.

Carlos Silis Martínez

Subdirector de Mercadotecnia Digital - El Palacio de Hierro



**Foursquare's Exclusive
Ad Sales Partner in LatAm**