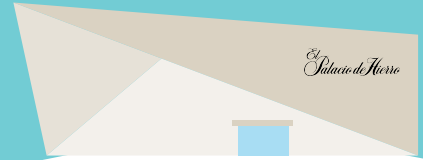




*El Palacio de Hierro*



CASO DE  
**ÉXITO**

¿De qué manera se posicionó  
El Palacio de Hierro como una  
de las marcas mexicanas más  
innovadoras en el uso de Waze?

## EL PALACIO DE HIERRO

**PAÍS: MÉXICO**  
**AÑO: 2015**

El Palacio de Hierro es la tienda departamental de mayor prestigio en México, distinguiéndose por ofrecer a sus clientes servicios y productos de las más prestigiosas marcas nacionales e internacionales a precios competitivos, proporcionando así el más alto nivel de valor al cliente en el mercado.



## ¿CUÁNDO Y POR QUÉ COMENZÓ LA MARCA A UTILIZAR WAZE?

Uno de los principales objetivos que tiene El Palacio De Hierro es la innovación. Sus consumidores son personas conectadas y activas en las redes sociales, y por ese motivo la marca precisaba tener presencia allí donde ellos están.

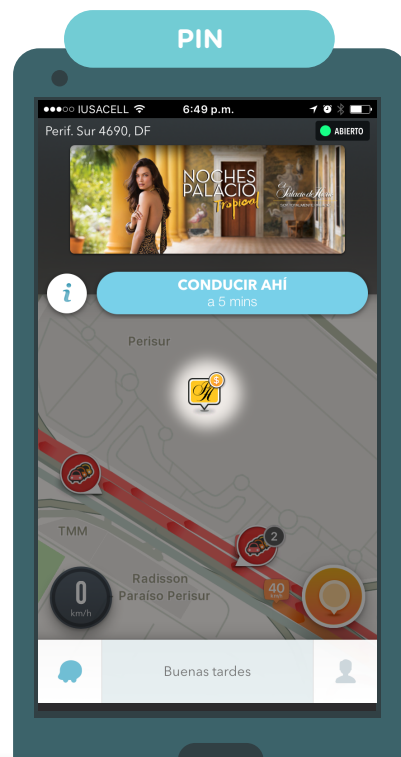
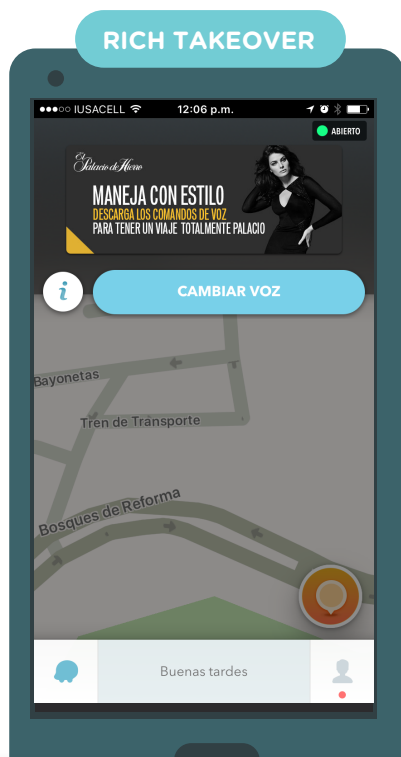
Dada la relevancia de Waze para los mexicanos, la marca comenzó a invertir en la plataforma ya en 2014, probándola y comenzando a entender su dinámica y las posibilidades que le brindaba.

Este año, debido al crecimiento significativo de su base de usuarios, decidió afianzar la comunicación durante el trayecto de los consumidores, acompañándolos en su rutina diaria de viaje e interactuando con ellos con mensajes y propuestas innovadoras.

## ¿QUÉ LE OFRECIÓ WAZE?

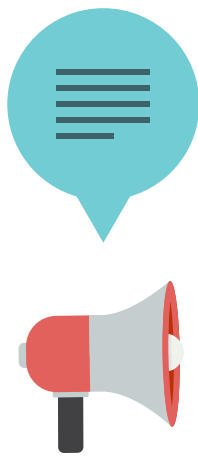
Lo más interesante que ofrece Waze es la posibilidad de colocar a la marca en el mapa del consumidor, aumentar el awareness de cada uno de los puntos de

venta y la posibilidad de re-direccionar clientes a las tiendas. Waze permite medir cómo las personas llegan a las tiendas a través de la aplicación.





## ¿CÓMO FUE LA EVOLUCIÓN DE EL PALACIO DE HIERRO DENTRO DE LA PLATAFORMA?



La marca ha evolucionado mucho y experimentado todas las posibilidades que ofrece la plataforma en función de los objetivos de marketing que se les presentaban como por ejemplo: comunicar la apertura de una nueva tienda, lanzamiento de promociones, direccionar a las personas al punto de venta, entre otros.

Se fueron cambiando las creatividades y los call-to-action, como también los mensajes y las promociones que ofrecían a los clientes a través de los anuncios, haciéndolos cada vez más relevantes para ellos.

Actualmente, como parte del posicionamiento “Soy Totalmente Palacio”, la marca lanzó los comandos de voz con las voces de su locutora estrella para dirigir a los usuarios a las tiendas con un tono más divertido y descontracturado.

## ¿QUÉ FORMATOS UTILIZA?



El Palacio de Hierro ha utilizado todos los formatos: Pins, Takeover, Rich Takeover, Arrows, con diferentes fines de acuerdo al objetivo de marketing que tuvieran, ya sea dirigir tráfico a las tiendas o incrementar el brand awareness.



## ¿POR QUÉ WAZE CONTRIBUYE A LA ESTRATEGIA DE EL PALACIO DE HIERRO?

Waze contribuye a la estrategia de El Palacio de Hierro porque combina el **posicionamiento de marca** que desea y, al mismo tiempo, puede comprobar que las personas están efectivamente ingresando a la tienda a comprar, una posibilidad única que le brinda el **geomarketing**.

## TESTIMONIO:

“Waze para El Palacio de Hierro es muy importante, ya que nos permite ser relevantes para nuestros consumidores. Sabemos que nuestros clientes están gran parte de su tiempo en su mobile, conectados al 100% en las redes sociales, por lo que impactarlos en el momento y lugar correcto es fundamental. Además, Waze nos ofrece algo súper interesante: el poder comprobar como llevamos a nuestros clientes al punto de venta.”

Carlos Silis Martínez - Subdirector de Mercadotecnia Digital

¿Dudas? ¿Comentarios? Estamos para ayudarte.

@IMSCorp | IMSMobile@imsmobile.com

Waze's Ad Sales Partner in Latam