

Optimización de las analíticas

La tecnología de geolocalización y de inteligencia IP ayuda a definir e influir las distintas etapas del proceso de compra del cliente

El número de usuarios de Internet en todo el mundo ha superado los 4 mil millones. Bajo todo pronóstico, esta cifra continuará creciendo gracias a las conexiones móviles que cada vez representan un porcentaje mayor en el aumento de las actividades en línea. Hoy en día, los consumidores dependen de múltiples dispositivos y varios puntos de conexión en línea para vivir, trabajar y jugar en nuestro mundo digital que se desarrolla con tanta rapidez.

Con cada vez más gente en línea buscando información, productos y servicios, los comerciantes necesitan acceso a data precisa para mejor comprender como se comportan los clientes en el mundo real para conectar, comprometer y tener influencia sobre la decisión de compra en el mundo digital. Las analíticas detalladas sobre usuarios pueden aportar información sobre el comportamiento en línea. Esta información permite a las empresas descubrir una inteligencia procesable con el fin de implementar cambios y novedades en tiempo real durante el proceso de marketing en línea: la verdadera clave para el éxito.

Los datos de IP ofrecen contexto para facilitar más interacciones digitales y personalizadas

La era del Big Data continuará en el futuro cercano. Esto significa que la información puede tener mucho poder si se usa de la manera adecuada. Sin embargo, para poder usar los datos y generar una ventaja competitiva, primero debe recopilar la información adecuada y analizarla convenientemente. Aun así, hay tantos parámetros que analizar que a veces resulta difícil para las empresas saber por dónde empezar, qué deben medir y por qué, y cómo usar la información que obtienen de dicho análisis. La medición, atribución y generación de informes forman una parte importante de cualquier programa de marketing. En el mundo interconectado de hoy en día, la forma en la que los consumidores interactúan y compran ha cambiado considerablemente. El proceso de compra ha evolucionado a una «experiencia» polifacética de los consumidores, un journey de diversas fases que requiere más que la realización de una simple transacción. Es personal y cambia de acuerdo a cómo los consumidores pasan de un desktop a un dispositivo móvil a tiendas físicas y nuevamente a un desktop.

Las analíticas de usuarios juegan un papel importante a la hora de entender el éxito de sus programas de marketing e impulsar las decisiones futuras. ¿Quiere saber cómo se originan la mayoría de sus descargas? ¿O qué campañas publicitarias generan los mayores ingresos? La tecnología de geolocalización y de inteligencia IP es el complemento perfecto para cualquier paquete de análisis, ya que proporciona las herramientas necesarias para segmentar aún más a su público y obtener un conocimiento más profundo del comportamiento del usuario. Como parte del paquete de analíticas, esta tecnología puede ofrecer métricas e información en tiempo real generadas según los parámetros de datos de inteligencia del usuario que ayudan a definir e influir las distintas fases del proceso de compra del cliente, facilitando un contexto que permite el uso de interacciones más personalizadas con su marca en diferentes canales, dispositivos y ubicaciones.



Estados Unidos

- Dirección IP: 76.185.97.100
- Ciudad: Atlanta
- País: Estados Unidos
- Latitud: 33.7579
- Tipo de conexión: wifi
- POI: Lee's Coffee House

Analíticas mejoradas de usuario

Ventajas

Aumentar el rendimiento de las campañas

Hacer uso de información en tiempo real para influir los mensajes y cambiar las campañas localizadas sobre la marcha.

Identificar regiones con una tasa alta de compromiso

Usar datos de geolocalización para identificar y comprender mejor regiones con una tasa alta de compromiso por parte de los clientes en función del número de instalaciones de una aplicación, descargas de un software u otras conversiones.



Entender las métricas geográficas de una región

Hacer mayor hincapié y extender el ámbito de los esfuerzos promocionales con conjuntos de datos sobre puntos de interés (POI, por sus siglas en inglés) que ofrezcan información geocontextual en ubicaciones importantes del mundo real.

Detectar el tráfico fraudulento

Proteger la integridad de las campañas promocionales por medio de nueva visibilidad de «no humano» por medio de datos de proxy que ayudan a diferenciar usuarios reales y fraudulentos.

Facilitar la atribución y generación de informes

Determinar y contrastar la efectividad de las promociones locales, regionales, nacionales e internacionales, tanto en línea como fuera de Internet.

Conozca a algunos clientes

