

## Mediapost lanza Seamless 360: marketing híbrido para impactar al consumidor en el momento óptimo

- La herramienta optimiza el buzoneo físico y la comunicación digital para alcanzar a un target que se encuentra en ambos canales.
- Entre otros beneficios, Seamless 360 aumenta la atracción al punto de venta, permite la medición del retorno de la campaña y optimiza el mix de canales para equilibrar la inversión.
- Para un funcionamiento óptimo, se apoya en el conocimiento de unidades de negocio de Mediapost como Quantic, Geobuzón y Ofertia.

**Madrid, 29 de septiembre de 2020.-** Mediapost, la compañía líder en [marketing relacional](#), lanza [Seamless 360](#), una nueva solución de marketing híbrido que combina buzoneo físico y publicidad en formatos digitales para impactar a un target que se encuentra en ambos canales y así incrementar la conversión de las campañas.

La herramienta, dirigida a marcas y *retailers*, comprende esta dualidad del consumidor y busca impactarlo en el canal adecuado en el momento oportuno. Gracias a la inteligencia de datos y de negocio, logra **aumentar la atracción al punto de venta**, dando a conocer la promoción y completando o reforzando la comunicación de la campaña.

Esta herramienta funciona identificando las áreas óptimas para el buzoneo inteligente físico y aquellos perfiles de población de consumo digital. Para lograrlo, se apoya en **varias de las soluciones ya existentes de Mediapost**: utiliza el geomarketing y la inteligencia de negocio gracias a **Quantic**; identifica áreas propensas al buzoneo de acuerdo con la segmentación propia por sectores de **Geobuzón**, y aprovecha los perfiles elaborados por **Ofertia** para dirigir la vertiente digital de la campaña.

Así, es capaz de **adaptarse a cada necesidad del cliente**, ya sea reducir la inversión en marketing manteniendo las ventas, maximizar la inversión para captar nuevos consumidores o simplemente equilibrar la planificación. Su modelo propone la **cantidad adecuada de impactos** en cada canal en función del presupuesto y del objetivo de la acción (alcance, ventas totales, número de tickets, etc.) equilibrando la inversión entre el plano físico y el digital. Además, permite la medición del retorno y la optimización del modelo de la campaña en ambos soportes gracias a la **trazabilidad de los clientes impactados** y la medición.

*“Seamless 360 es una receta con los mejores ingredientes de Mediapost”* explica **Juan Castañón, responsable Global Comercial y de Desarrollo de Negocio en Mediapost**. *“Nuestro objetivo era transformar el marketing dedicado a la atracción al punto de venta en algo continuo, sin costuras, y eliminar la frontera entre el offline y online. Así, logramos una visión integral de la campaña, haciendo hincapié en la sostenibilidad de la misma al optimizar los esfuerzos para impactar a cada consumidor en el momento adecuado”*.

**Seamless 360** está disponible a partir de hoy en [www.mediapost.es/seamless360](http://www.mediapost.es/seamless360) y se presentará en un evento digital para clientes el próximo 14 de octubre.



### ***Sobre Mediapost***

*Mediapost es la compañía especializada en Marketing Relacional que ayuda a las empresas a crear y mantener relaciones comerciales responsables y sostenibles con sus clientes a través de sus seis unidades de negocio Quantic, Galanta, Ágora, Vócx, Geobuzón y Directia, y mediante soluciones personalizadas que se apoyan en el conocimiento, la innovación, la empatía, el compromiso y la transparencia.*

#### **Para más información:**

Mediapost

Irene Cubas

682 612 979

[Irene.cubas@mediapost.es](mailto:Irene.cubas@mediapost.es)

Trescom Comunicación

Florita Vallcaneras/Ana Navarrina

91 411 92 90

[florita.vallcaneras@trescom.es](mailto:florita.vallcaneras@trescom.es)

[ana.navarrina@trescom.es](mailto:ana.navarrina@trescom.es)