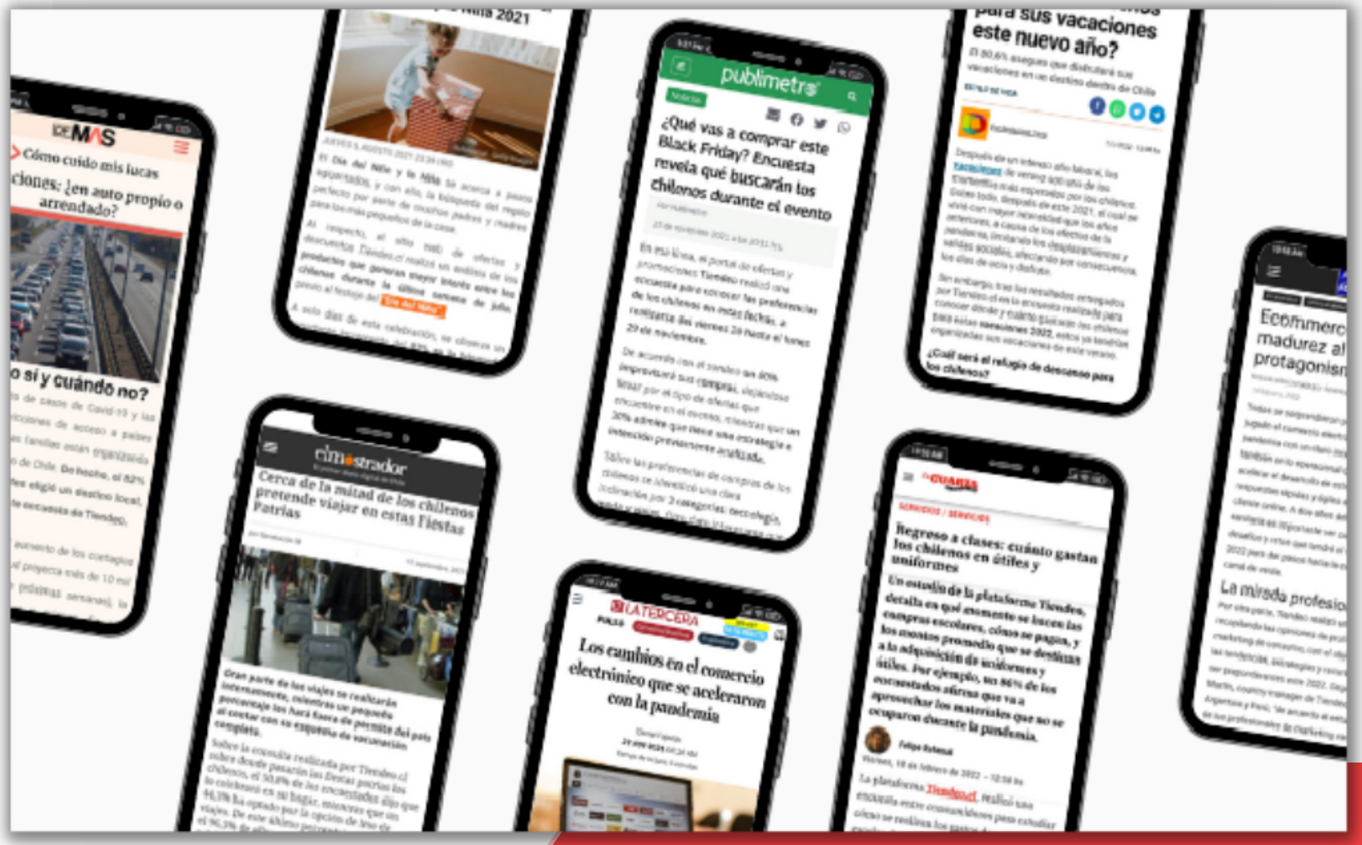
PREMIOS EIKΩN

tiendeo



tiendeo

Capítulo: General

Categoría: Relaciones con Prensa (4)

Tema: Posicionamiento de Tiendeo en Chile

Empresa: Tiendeo

Departamento/ Área que desarrolló el Plan: PR & Communications LATAM

Responsable: Ivonne López Rangel,
PR & Communications Manager for LATAM

Agencia: MarketCross

INTRODUCCIÓN

Tiendeo es el portal líder en ofertas y catálogos online geolocalizados, que conecta a millones de consumidores de todo el mundo con las tiendas de su alrededor.

Basada en la estrategia de marketing Drive to Store, que consiste en utilizar el marketing digital para aumentar las ventas en las tiendas físicas, el sitio web se consolidó rápidamente como el referente de su segmento en Europa, lo que le valió para ganar la confianza de grandes cadenas de retail como H-E-B, IKEA, Sodimac y Cencosud.

La plataforma nacida en España cuenta con más de 75 millones de usuarios únicos mensuales, 7 millones de descargas, y presencia en más de 35 países, entre los que destacan China, India, Reino Unido, Francia, Brasil y México.

Por su parte, América Latina se ha convertido en uno de los principales pilares de Tiendeo, que vio en Chile a un país estratégico por su amplia cobertura del retail y el comercio.

CONTEXTO

Pese a los esfuerzos realizados durante meses por posicionarse a nivel mediático, Tiendeo no lograba tener presencia en los medios Tier 1, que eran clave para la marca.

Ante ello, la firma buscó a MarketCross con quien acordó implementar una campaña que contempló la realización de una entrevista mensual y la publicación de al menos una nota en medios Tier 1 que tuvieran un **Domain Authority* (DA) de al menos 50 puntos.

* *Domain Authority* es una medición que se realiza con la aplicación Moz para identificar si un medio es Tier 1 o no.

ESTRATEGIA

A fin de lograr la presencia mediática requerida por Tiendeo, MarketCross desarrolló y aplicó encuestas a través de redes sociales para conocer las percepciones de usuarios y consumidores, lo que sirvió para recopilar datos de interés mediático aprovechando el volumen de tráfico que hay en redes sociales.

También se consideraron fechas importantes y temas de actualidad del país, lo que sirvió para alinear los contenidos con información relevante para los medios target, los Tier 1.

Además, se buscó estrechar relaciones con los medios Tier 1 negociando contenido de valor para conseguir espacios permanentes en medios claves.

DESARROLLO

Las encuestas se aplicaron semanalmente, con una extensión promedio de 10 preguntas cada una y una permanencia de 7 días en Internet, con lo que se logró contar de forma continua con información coyuntural y de interés común para los medios target.

Bajo estas acciones sistemáticas se logró a corto plazo, posicionar a Tiendeo como generador de información relevante para la prensa. Y en menos de un año, como una fuente de información confiable y oportuna dentro de su segmento, para los principales medios de comunicación del país.

Adicionalmente, el relacionamiento con medios Tier 1 logró conseguir un espacio mensual permanente y orgánico en Forbes Chile, donde cada mes se publica una columna exclusiva de Tiendeo Chile.

RESULTADOS Y EVALUACIÓN

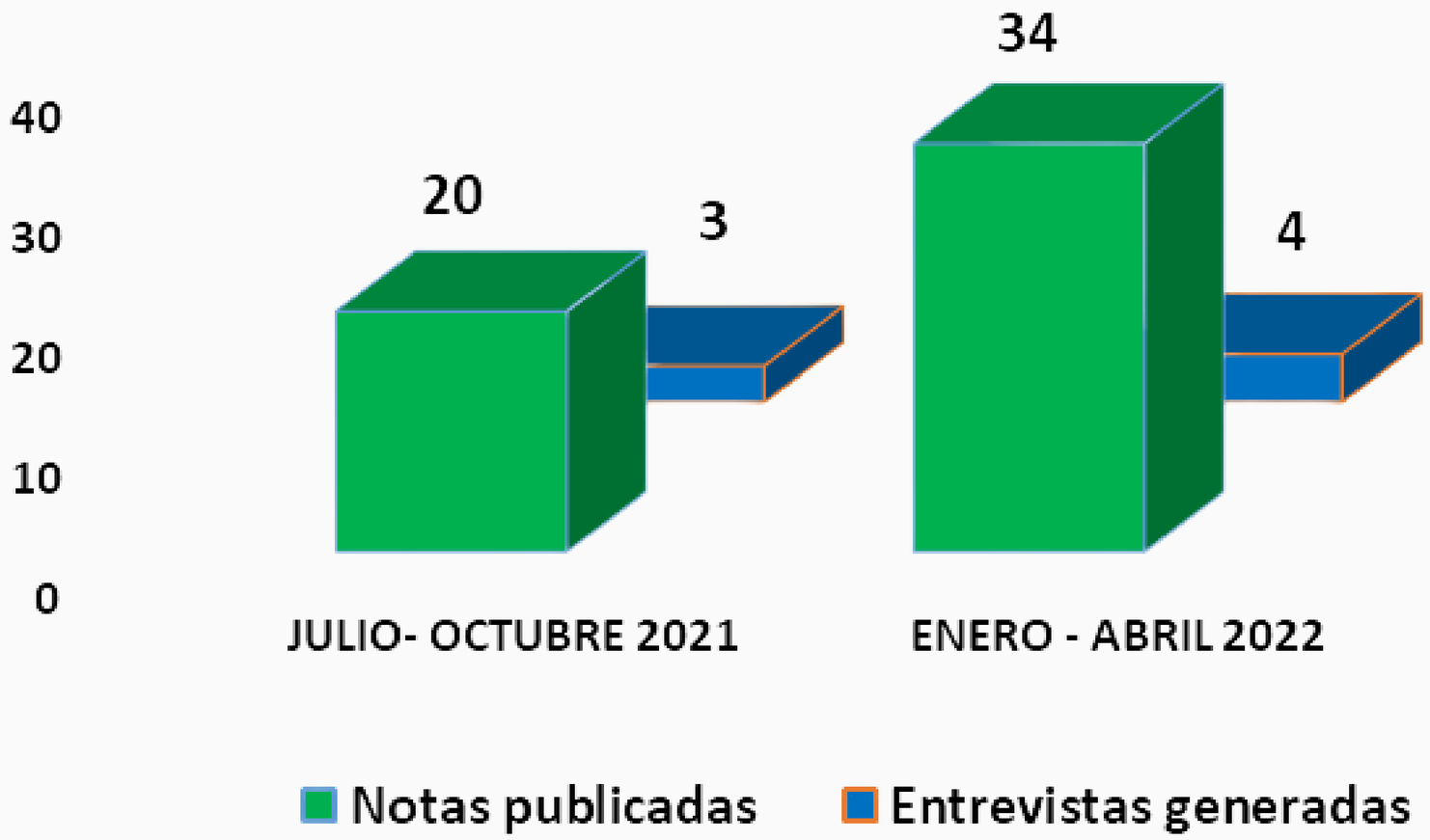
En poco menos de 10 meses, del 1 de junio de 2021 al 25 de abril de 2022, se generaron un total de 70 publicaciones y 9 entrevistas en medios Tier 1 con un Domain Authority de 50 y más.

Como resultado del posicionamiento mediático de Tiendeo, en el primer cuatrimestre de 2022 se ha logrado la publicación de 34 notas en medios Tier 1 con un DA de 50 y más, cifra 70 por ciento superior a los clippings conseguidos durante los primeros 4 meses que se manejó la cuenta (julio a octubre de 2021).

Asimismo de enero a abril del año en curso se han logrado realizar 4 entrevistas, cifra 25 por ciento superior con respecto a las 3 logradas durante el primer cuatrimestre que se manejó la cuenta.

Cabe destacar que todas las gestiones y publicaciones conseguidas son orgánicas, resultado del relacionamiento con periodistas claves y entrega de información de valor.

Primer vs último cuatrimestre



Posicionamiento mediático de Tiendeo

Ejemplos de publicaciones

Mega

CNN

24 Horas

Posicionamiento mediático de Tiendeo
Ejemplos de publicaciones

T13

El Mostrador

DF

Publimetro

Posicionamiento mediático de Tiendeo

Ejemplos de publicaciones

La Tercera

10:17 AM

LA TERCERA

50% OFF SUSCRÍBETE

PULSO | Connected Business | E-commerce | ...

Los cambios en el comercio electrónico que se aceleraron con la pandemia

Daniel Fajardo

27 NOV 2021 08:16 AM

Tiempo de lectura: 5 minutos

Según una investigación realizada por Tiendeo, plataforma de e-commerce para el retail, la pandemia significó un gran crecimiento de las compras online, teniendo en cuenta que más de 8,2 millones de personas compraron en línea al menos una vez durante 2020. Incluso, este año, el aumento de transacciones aumentó en 51% en relación al año anterior.

Terra

10:27 AM

terra

EL TURISMO RENACE EN ESTOS MESES

Verano 2022: ¿Qué planean los chilenos para sus vacaciones este nuevo año?

El 80,6% asegura que disfrutará sus vacaciones en un destino dentro de Chile

ESTILO DE VIDA

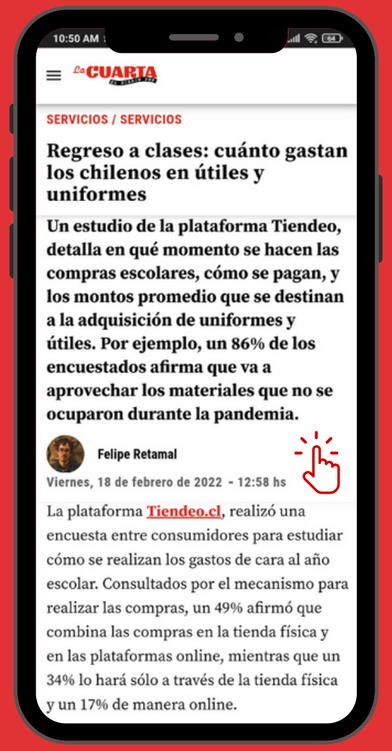
Por Redacción Terra 7/1/2022 · 12:08 hs

Después de un intenso año laboral, las vacaciones de verano son uno de los momentos más esperados por los chilenos. Sobre todo, después de este 2021, el cual se vivió con mayor intensidad que los años anteriores, a causa de los efectos de la pandemia, limitando los desplazamientos y salidas sociales, afectando por consecuencia, los días de ocio y disfrute.

Sin embargo, tras los resultados entregados por Tiendeo.cl en la encuesta realizada para conocer dónde y cuánto gastarán los chilenos para estas **vacaciones 2022**, estos ya tendrían organizadas sus vacaciones de este verano.

¿Cuál será el refugio de descanso para los chilenos?

La Cuarta



10:50 AM

La CUARTA

SERVICIOS / SERVICIOS

Regreso a clases: cuánto gastan los chilenos en útiles y uniformes

Un estudio de la plataforma Tiendeo, detalla en qué momento se hacen las compras escolares, cómo se pagan, y los montos promedio que se destinan a la adquisición de uniformes y útiles. Por ejemplo, un 86% de los encuestados afirma que va a aprovechar los materiales que no se ocuparon durante la pandemia.

Felipe Retamal

Viernes, 18 de febrero de 2022 - 12:58 hs

La plataforma Tiendeo.cl, realizó una encuesta entre consumidores para estudiar cómo se realizan los gastos de cara al año escolar. Consultados por el mecanismo para realizar las compras, un 49% afirmó que combina las compras en la tienda física y en las plataformas online, mientras que un 34% lo hará sólo a través de la tienda física y un 17% de manera online.

América Retail

10:58 AM

América RETAIL

Ecommerce | Omnicanalidad

Ecommerce 2022: de la madurez al protagonismo

Noticia seleccionada por América Retail: Dubraska González - 14 febrero, 2022

Todos se sorprendieron por el papel que ha jugado el comercio electrónico durante la pandemia con un claro incrementó en las ventas y también en lo operacional que obligó a todos a acelerar el desarrollo de este canal e intentar dar respuestas rápidas y ágiles a las necesidades del cliente online. A dos años del inicio de la crisis sanitaria es importante ver cuáles serán los desafíos y retos que tendrá el mundo online este 2022 para dar pasos hacia la consolidación como canal de venta.

La mirada profesional

Por otra parte, Tiendeo realizó un estudio recopilando las opiniones de profesionales del marketing de consumo, con el objetivo de analizar las tendencias, estrategias y recursos que van a ser preponderantes este 2022. Según Sergio San Martín, country manager de Tiendeo para Chile Argentina y Perú, "de acuerdo al estudio, el 58,6% de los profesionales de marketing van a apostar

Posicionamiento mediático de Tiendeo

Ejemplos de publicaciones

Forbes

RED FORBES

Las cinco tendencias del retail para este 2022

Ante la incertidumbre, el comercio minorista analiza detalladamente las necesidades del mercado

Publicado hace 3 meseson Enero 18, 2022
Por **Sergio San Martín**

Sin duda alguna el 2021 fue un año de ajustes provocados por todos los cambios que trajo consigo la pandemia del Covid-19. Poco a poco, la economía comenzaba a recuperarse, sin embargo, **el optimismo de los economistas se vio nublado con la llegada de la nueva variante Ómicron**, la cual, ha vuelto a sacudir a nuestro país y al mundo, recordándonos que debemos seguir atentos y no bajar la guardia.

Ante esta incertidumbre de lo que pueda ocurrir este 2022, **es imperativo que el comercio minorista analice detalladamente cada una de las nuevas necesidades del mercado y los consumidores**. Una señal que

Forbes

RED FORBES

Metaverso, la nueva forma de interacción entre marcas y consumidores

Las oportunidades en el Metaverso son infinitas y las empresas deben prepararse para entrar en el mismo

Publicado hace 3 meseson Febrero 2, 2022
Por **Sergio San Martín**

El Internet y la comunicación están en constante búsqueda para captar la mayor atención posible de su audiencia. Sobre todo, en el último tiempo, en donde han surgido nuevos canales que están dando mucho de qué hablar.

Hoy la palabra Metaverso está en boca de todos al considerarse como el futuro del Internet, motivo por el cual gigantes tecnológicos como **Facebook, Google o Apple** están compitiendo por ser el número uno en esta carrera por dominar el metaverso.

MSN

publimetro

Día Internacional del Libro: ¿Somos los chilenos buenos lectores?

Publimetro Chile 23-04-2022

© OLHA TSIPLYAR
Foto: Cedida

Al acercarse esta fecha es inevitable cuestionarse, **¿A los chilenos les gusta realmente la lectura?** A diferencia de los que muchos creen, una encuesta realizada por el sitio de ofertas Tiendeo.cl reveló que **si existe un interés por aventurarse a la lectura**, sin embargo, detectó dos principales **obstáculos** para comenzar el hábito de leer: **un 76% apunta a la falta de tiempo y un 24% señala que es un pasatiempo muy caro.**

Libros digitales vs. libros tradicionales

La tecnología sin duda se ha establecido estos

ADN

ADN

EN VIVO Ciudadano ADN

son las preferencias de los chilenos para las compras escolares de marzo

Una encuesta mostró que la gran mayoría de los consultados resolverá conseguir los útiles esta, la segunda semana de febrero. Además, señalaron que el mayor gasto está en los uniformes.

Agencia Uno

Por Diego Bravo
Con información de Andrés Hueda
Mar 15 de Feb, 2022 - 10:00

Las **clases presenciales**, promovidas y defendidas por autoridades de todos los sectores, traen consigo también un gasto especial para las familias: **el de los útiles y uniformes escolares.** A ello se suma que en enero pasado **se vivió el mayor alza en el costo de la vida para dicho mes en el país desde 1990**. Desalentador, de alguna forma, pero necesario para la formación de los

América Economía

América economía Newsletters Menú

AsiaLink

La estrategia de Daewoo para reconquistar Latinoamérica

Así lo ratifica Sergio San Martin, country manager para Argentina, Chile y Perú de Tiendeo, la plataforma que compara ofertas y promociones online, quien indica a AméricaEconomía que, desde fines de 2020, "la firma Daewoo aparece entre las marcas más buscadas por consumidores chilenos en las categorías de televisores y lavadoras".

"Entonces, más que tener miedo a la competencia, se debe 'tener miedo a la incompetencia'. Nosotros somos un equipo que se exige muchísimo un equipo de profesionales que tenemos mucha experiencia y años en el sector también de gente joven que viene a refrescar con ideas nuevas y también con ese perfil tecnológico el desarrollo de la oferta comercial a nivel de producto y a nivel de canales" enfatiza.

El único peligro que Daewoo reconoce es