

PARTNERSHIP

AdKaora amplia i servizi di proximity marketing con IRI Italia

AdKaora rafforza l'offerta di proximity marketing e aggiunge un ulteriore tassello all'analisi dell'impatto di una campagna mobile sulle vendite grazie alla collaborazione con IRI Italia, player mondiale nella gestione di big data, solu-

zioni analitiche predittive e generazione di insight nei settori del largo consumo, retail, media e pharma (OTC). Grazie alla partnership AdKaora amplia tali servizi concentrandosi sul business intelligence. Infatti sarà possibile verificare

l'impatto delle campagne mobile sul sell out anche attraverso IRI Italia. Il tipo di analisi svolta da IRI entra più nel dettaglio di un'attività di advertising ed è utile per valutare l'impatto di una campagna mobile sulle vendite di un prodotto nel

periodo preso in analisi, monitorare l'effetto sugli acquisti di una gamma di prodotti, valutare l'uplift delle vendite del brand (nel caso di un lancio prodotto) e, infine, analizzare la concorrenza. Le analisi IRI vanno a unirsi in maniera complementare all'attività svolta da CheckBonus, con cui AdKaora continuerà a collaborare: una soluzione in grado di fornire importanti analisi qualitative e quantitative su un campione di vendita misurato, in maniera puntuale e non anonima, quali il peso delle diverse insegne della gdo sulle vendite complessive, le diversità di prezzo di sell out per catena, il profilo del "consumatore tipo", fino ad arrivare ad ottenere indicazioni sulla volontà di riacquisto dei prodotti e sul livello di soddisfazione del consumatore.

