

Cómo una cadena de supermercados utiliza Qualifio para atraer tráfico online y construir su comunidad

El caso de éxito de Coop



qualifio &

coop

Los supermercados y retailers tradicionales encaran numerosos retos a la hora de plantearse una estrategia digital. El desafío es tratar de mantener una relación cercana con sus consumidores tradicionales al mismo tiempo que se adaptan a los cambios constantes en las preferencias de las nuevas audiencias. En este contexto, las cadenas de supermercados tratan de incrementar su presencia digital y cerrar la brecha que existe entre el on y el off.

Bajo esta premisa, hablamos con Leanne De Jong, coordinadora de contenidos en **Coop Supermarkten**. Coop es uno de los supermercados más importantes en los Países Bajos, con un 3.7% de market share en un mercado muy granulado y alrededor de 300 tiendas físicas. Durante más de cuatro años, esta cadena ha estado adoptando una estrategia omnicanal para activar sus clientes actuales y atraer nuevos segmentos.



“

“Nuestra estrategia en offline está establecida y es rentable, pero el online era aún algo nuevo para nosotros. Desde que empezamos a incrementar nuestra presencia digital hace 4 años, hemos crecido exponencialmente y nuestro objetivo es seguir creciendo. Ahora mismo tenemos canales establecidos en nuestras redes sociales, una newsletter semanal y estamos publicando cada vez más contenido y de mayor calidad en web.”

Leanne De Jong

Coordinadora de contenido en Coop Supermarkten



Habiendo incrementado su presencia online, Coop quiere unir el on y el off, ofreciendo a sus clientes una experiencia de compra online interesante al mismo tiempo que crea una comunidad auténtica en torno a su marca. La cadena holandesa planea conseguir esto utilizando los formatos interactivos de Qualifio para contar historias y recolectar datos, especialmente opt-ins para su newsletter. Profundicemos en la estrategia de Coop y veamos cómo ha integrado el marketing interactivo y la recopilación de first party data en su estrategia digital.

El storytelling como palanca para crear una comunidad

La estrategia de contenido de Coop se está construyendo en torno a 3 bloques temáticos:



El primer

bloque está centrado en las diferentes épocas del año, en concreto, las 4 estaciones. Las campañas que realizan a partir de aquí son, por ejemplo, activaciones sobre qué productos tomar para evitar acatarrarse en invierno o qué verduras son las grandes olvidadas en primavera y cómo sacarles partido.



El segundo

eje está dedicado a los productos locales, donde los productos holandeses son los protagonistas, creando historias en torno a su origen y sus particularidades.



Por último,

también son estratégicos los contenidos relacionados con el desperdicio alimentario y su prevención.

En todos estos bloques temáticos, Coop siempre mantiene una línea informativa y un enfoque didáctico que ayude a los consumidores a tomar decisiones basadas en información útil y sacar el mayor partido de su cesta de la compra.

“

“Queremos tener conversaciones reales con nuestros clientes. Queremos hacerles pensar e interactuar en torno a nuestros bloques temáticos. No pretendemos que nuestra comunidad vea solamente anuncios de nuestros productos. Nuestro objetivo es contar una historia, y Qualifio es una herramienta genial para ello ya que nos permite inspirar e informar a nuestra audiencia y ahondar en nuestro mensaje.”

Leanne De Jong

Coordinadora de contenido en Coop Supermarkten



Los 3 temas están presentes en los canales online, pero también offline, especialmente en su catálogo y tiendas físicas ya que Coop trata de estar presente en todos aquellos canales donde están sus consumidores, actuales y potenciales, para poder interactuar con ellos de la manera más natural posible.

Ademas de ese objetivo de interacción, todas las campañas de Coop creadas con Qualifio incluyen un opt-in para aumentar su base de datos. Y aquí es donde los datos de Coop son llamativos, ya que han conseguido tener un ratio de **más del 50% en opt-ins** en cada campaña

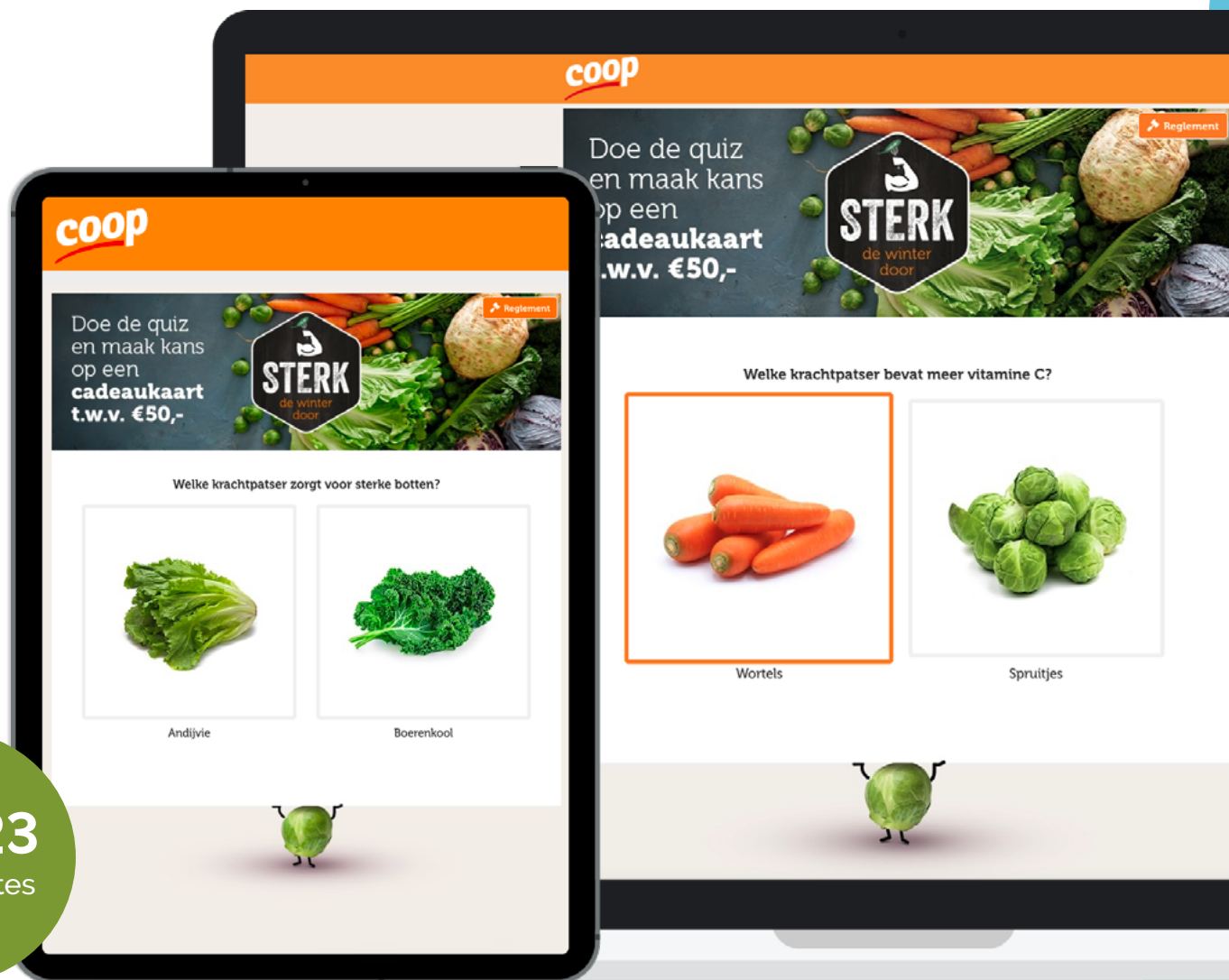


50%
en opt-in

Ahondemos en su estrategia y analicemos esta campaña lanzada por Coop y publicada en su web: El quiz "Sterk de winter door" (traducido al español sería "fortaleza ante el invierno").

En esta ocasión se trataba de un quiz con 6 preguntas donde Coop retó a sus consumidores a poner a prueba su conocimiento sobre algunos productos locales y sus beneficios. Su audiencia tenía que elegir entre dos posibles respuestas para poder optar a un premio en forma de tarjetas regalo por valor de 50€, consiguiendo **más de 14.000 participantes**.

14,023
participantes





Según nos cuentan desde Coop, las tarjetas regalo son los premios que mejor funcionan en su comunidad. Pero el supermercado holandés no se queda ahí, pues también es bastante activo lanzando otras acciones en sus redes sociales, como concursos para ganar diferentes productos. Estas acciones buscan activar su audiencia y animarlos a interactuar en sus redes sociales.



Atraer clientes online a partir de campañas drive-to-web

Una acción que ayudó a la cadena de supermercados en esta tarea fue su **calendario de adviento**. Esta campaña se publicó en la página web de Coop y fue promocionada en tienda física a partir de flyers y su catálogo impreso. De acuerdo con Leanne, el calendario de adviento dió a los consumidores una razón para volver de manera recurrente a su página web y conseguir los premios diarios. Por tanto, desde Coop la consideran una campaña ideal para incrementar su tráfico y dar más visibilidad a sus proveedores con **la inclusión de códigos únicos**. Consiguiendo más de 17.300 participantes.

17 366
participantes



“

“Cada vez que lanzamos una campaña con Qualifio, vemos un pico de tráfico y nuestras campañas publicitarias funcionan mejor. Este es el principal valor que le vemos a Qualifio. Además, las estadísticas que nos ofrece la plataforma nos permiten ser flexibles y adaptar nuestras acciones en tiempo real, incluso cuando la campaña se ha lanzado.”

Leanne De Jong

Coordinadora de contenido en Coop Supermarkten



Para Leanne De Jong, el reto de Coop en el futuro próximo es seguir siendo constantes con sus campañas para seguir creciendo en tráfico e interacción con su audiencia con el siempre ansiado objetivo de la **fidelización**. En el corto plazo, quieren profundizar en **la segmentación de su base de datos** para conocer más sobre las preferencias de su audiencia y poder, así, ofrecerle una experiencia aún más personalizada.

¿Quieres conocer más casos dentro del sector retail?

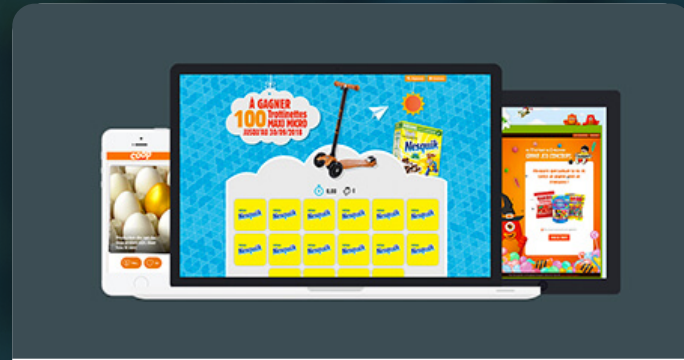
Aquí los tienes:



The image shows a laptop and a tablet displaying the Decathlon website. The laptop screen features a blue header with the 'DECATHLON' logo and a main content area with a grid of sports-related images and text. The tablet screen shows a similar layout with a grid of images. The background of the laptop screen is a blue gradient with a silhouette of a person running.

¿Cómo utiliza Decathlon el contenido interactivo en su estrategia de marketing?

[Lee ahora](#)



The image shows a laptop and a tablet displaying interactive marketing campaigns. The laptop screen features a blue background with a grid of yellow squares and a large red banner that reads 'A GAGNER 100€'. The tablet screen shows a similar layout with a grid of images and text. The background of the laptop screen is a blue gradient with a silhouette of a person running.

Interesantes ejemplos de marketing interactivo de las principales marcas europeas

[Lee ahora](#)

¿Qué es Qualifio?

Qualifio busca ayudar a marcas y medios de comunicación generar engagement con su comunidad online y fidelizar a sus clientes. Ofrecemos a las marcas dos soluciones SaaS complementarias y fáciles de usar: Qualifio Engage, una plataforma de recopilación de datos y marketing interactivo, y Qualifio Loyalty, una plataforma de fidelización basada en la interacción. Marcas y medios de comunicación como L'Oréal, MediaMarkt, Decathlon, Nestlé, Vocento, Unidad Editorial o DailyMail interactúan con sus audiencias a diario, gracias a Qualifio.

¿Te interesa?

Solicita una demo con ejemplos de campañas personalizadas para tu marca.

[SOLICITA UNA DEMO](#)

¿Necesitas más información?

[CONTÁCTANOS](#)

