

Los cupones móviles aumentan en un 50% las ventas de la Bebida Energizante “AMP Energy”

Datalogic y RocketBux presentan los cupones móviles en la costa noroeste del Pacífico con la ayuda de Dari Mart y la bebida energizante AMP Energy de PepsiCo

Información general sobre Dari Mart

Dari Mart es una cadena de tiendas de artículos varios situada en los Estados Unidos con 44 sucursales en Willamette Valley, Oregon.

Dari Mart abastece leche, helado y otros productos lácteos de las granjas Lochmead. El negocio conjunto de tiendas y granjas emplea a más de 450 personas.

Información general sobre AMP Energy

Lanzada en 2001, AMP Energy es una bebida energizante enfocada hacia la población demográfica masculina de entre 18 y 34 años de Norteamérica. El producto es elaborado y distribuido por PepsiCo bajo la marca de gaseosas Mountain Dew y viene en distintos sabores. El sabor original contiene taurina, vitamina B y ginseng.

El desafío

Dari Mart deseaba desarrollar su negocio y aumentar las ventas. PepsiCo y AMP Energy Drink deseaban aumentar las ventas y generar interés en los nuevos sabores de las gaseosas AMP Energy. Específicamente, el objetivo de AMP era aumentar las ventas en la población demográfica masculina de entre 18 y 34 años.

Históricamente, esta población demográfica no tendía a utilizar los cupones impresos tradicionales, por lo que Dari Mart y AMP Energy pretendían encontrar una nueva forma de hacer que la promoción fuera simple y divertida. Ya que esta población demográfica se conectaba mediante la telefonía móvil ¿qué mejor manera que recibir un cupón en el teléfono celular? Si el cupón puede llegar instantáneamente, puede influenciar de un modo significativo el mecanismo de compras más allá de los cupones impresos tradicionales.

La solución

A finales de 2008, los envases refrigerantes con bebidas energizantes AMP Energy exhibieron carteles publicitando la promoción en los Dari Mart de toda la costa noroeste del Pacífico, esta estrategia se realizó durante seis semanas; a los clientes se les ofreció la posibilidad de comprar un sabor original de una bebida energizante AMP Energy y obtener una segunda lata de un nuevo sabor

de AMP Energy de su elección en forma gratuita.

Los clientes enviaron por “mensaje de texto” las letras DMAMP al “código abreviado” o dirección 20123 de sus teléfonos móviles. Cuando el cliente llegaba a la caja/punto de venta, el cupón móvil de la marca (en forma de código de barras 1D de lectura) ya había sido recibido en su teléfono móvil. Cuando el cliente hacía clic para abrir el cupón/mensaje de respuesta, aparecía el código de barras en el teléfono móvil.

El cajero presionaba un botón en el lector de presentación Datalogic Magellan® 1400i para leer el cupón de la pantalla del teléfono móvil. El código de barras contenía un código de seguimiento numérico que permitía a Dari Mart y a AMP Energy rastrear el número de respuestas de clientes a esa promoción. Cada uno de los 44 Dari Mart de la costa noroeste del Pacífico tenía dos lectores de presentación Magellan 1400i en los puntos de venta capaces de leer los cupones móviles.

La solución móvil para este proyecto fue diseñada e implementada por RocketBux, un proveedor de servicios y tecnología de marketing móvil. Aunque la experiencia del usuario es simple, sólo “haga clic en el link”, el proceso tras bambalinas para que el código de barras sea leído con éxito es bastante complejo. Cada modelo de teléfono móvil tiene requisitos específicos para interpretar correctamente el código de barras, dependiendo de la cantidad de píxeles, de las dimensiones de la pantalla y del proveedor de telefonía móvil.

Los resultados

La promoción duró desde el 15 de noviembre hasta el 31 de diciembre de 2008. Al comparar los resultados del mismo período del año pasado, Dari Mart descubrió que las ventas de la bebida energizante AMP Energy tuvieron una ganancia neta del 56%. Esto superó su objetivo de aumentar las ventas y generar interés en los sabores de la bebida energizante AMP Energy.

Además de aumentar las ventas de las bebidas energizantes AMP Energy, los beneficios económicos de esta tecnología son difíciles de resistir. Debido a que los cupones se recibieron y generaron en forma electrónica, se eliminaron virtualmente los gastos de papel, impresión y transporte.

Muchas compañías en Europa y Asia están utilizando la tecnología de cupones móviles desde hace varios años. Las empresas minoristas de Estados Unidos están comenzando a darse cuenta de los beneficios de los cupones móviles después de las pruebas iniciales y están observando los resultados en Europa y Asia.

El uso de cupones móviles tiene beneficios adicionales: los consumidores no tienen que recordar llevar los cupones a la tienda y los pueden recibir instantáneamente por medio de un mensaje de texto. Muchos comerciantes están comenzando a ofrecer promociones similares a medida que

comprenden la eficacia y la gran capacidad de marketing de las soluciones móviles de RocketBux.

Información general sobre RocketBux

RocketBux, Inc. proporciona la tecnología que permite a los comerciantes y los más de 240 millones de consumidores que poseen tecnologías móviles para interactuar.

Las soluciones móviles que ofrece esta compañía están totalmente disponibles a través de todos los servicios inalámbricos en EE.UU. sin la necesidad de descargar un aplicativo en el teléfono. La compañía tienen su sede en Bend, Oregon, con oficinas en Palo Alto, California, Richmond, Virginia y Eugene, Oregon.

Cliente

Tiendas de Conveniencia Dari Mart

AMP Energy Drink PepsiCo

Industria

Retail

Sub-Industria

Tiendas de Conveniencia/ Gasolineras

Aplicación

Marketing Móvil

País

Estados Unidos

Productos Datalogic

Magellan™ 1400i

Partner Datalogic

RocketBux, Inc.

