



## *Una sinfonía de datos*

Orquestando combinaciones de datos para darte una visión 360° del consumidor.

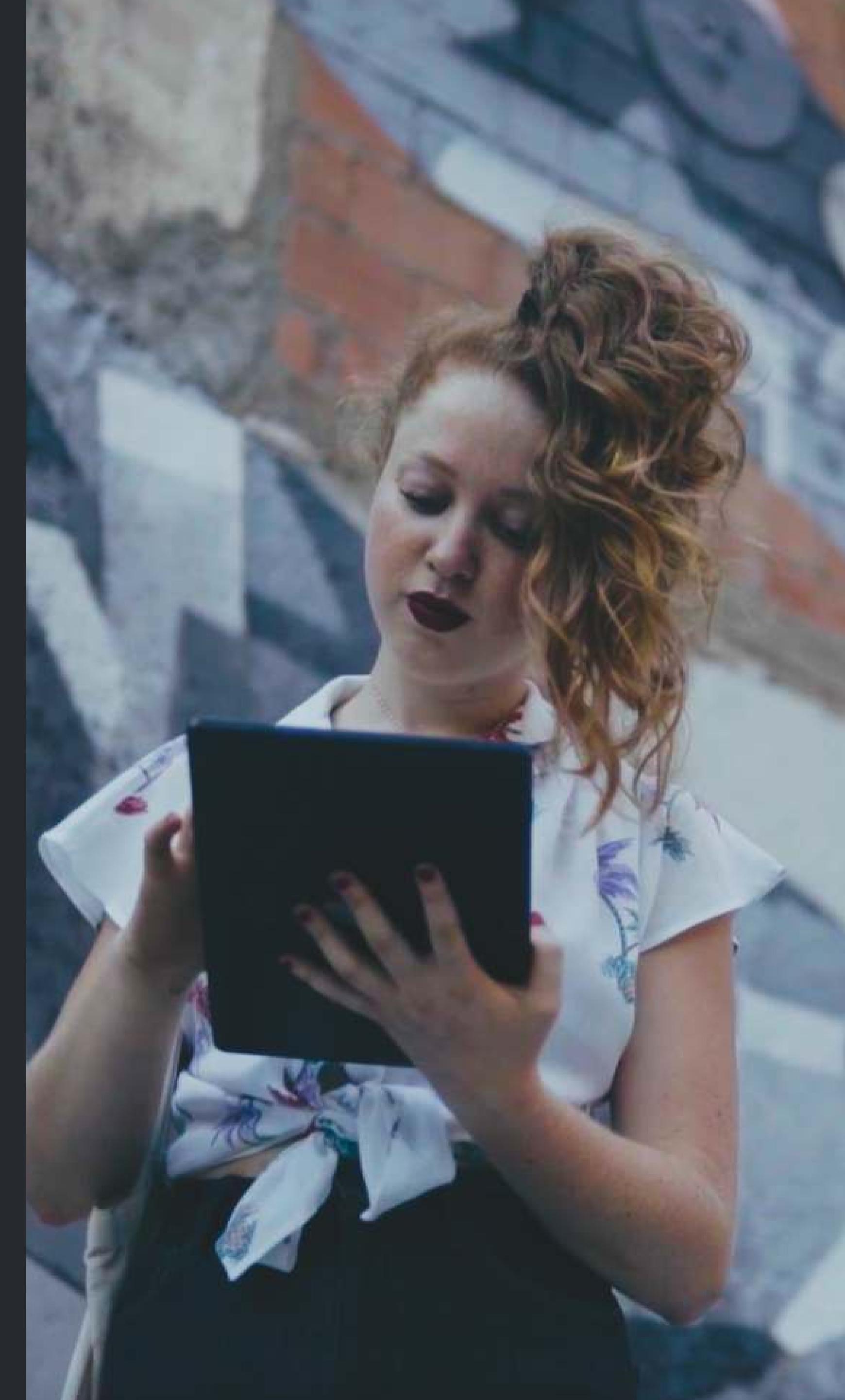


**PROFILING**

## *¿Quién es ella?*

---

Mujer de 28 que tiene un iPhone y una tablet, se compró una bici nueva en Octubre y planea ir de concierto el próximo mes.



**El objetivo del Profiling es segmentar a los consumidores para obtener:**

- Enriquecimiento de estudios de efectividad de anuncios
- Modelos parecidos y herramientas de geo-marketing



09:31 - 09:45 h

#### DIGITAL BEHAVIOR

## ¿Qué está haciendo en línea?

Busca en Google "mejor tienda online de música". Entra en la tienda online. Busca unas baquetas para tocar con su grupo de música.



**El objetivo de Digital Behavior es analizar la actividad en línea para encontrar:**

- Caminos de compra online
- Audiencias online
- Uso de apps
- Términos de búsqueda



12:20 - 13:15 h

#### GEOLOCATION

## ¿Dónde está?

Deja su oficina en Barcelona para tomar su bicicleta e ir a la tienda de música. De camino ve un cartel de un concierto y decide comprar entradas.



**Con Geolocation podrás medir el comportamiento offline del consumidor para entender:**

- La eficacia de los anuncios en exteriores
- El recorrido de una compra online
- La planificación de campañas exteriores
- Los patrones del usuario, rutinas y aficiones

14:00 - 18:00 h

AUDIO-MATCHING

## ¿Qué está escuchando?

Mientras aparcá su bici y busca su playlist favorita en Spotify, es impactada por un anuncio de una TV Samsung.



**El objetivo de Audio-matching es medir el consumo de los medios para analizar:**

- Audiencias de contenidos en TV, radio e internet
- Efectividad de anuncios en TV, radio e internet
- Revisión de contenido
- Comprensión de la superposición



## SURVEY

# ¿Por qué?

¿Cuáles fueron las dificultades durante el proceso de compra?

¿Por qué compra sus baquetas en una tienda física? ¿Qué le hizo elegir la tienda?

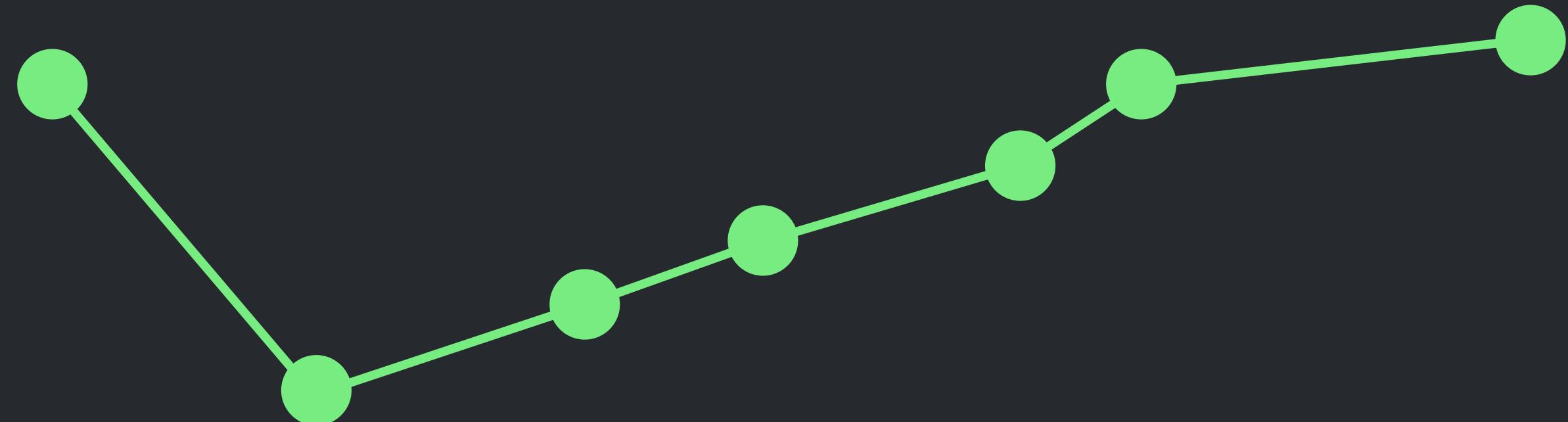


**Con Survey podrás conocer las opiniones de tu público para lanzar estudios de:**

- Conocimiento de la marca
- Satisfacción del cliente
- Intención del cliente
- Percepciones de producto

# *Una sinfonía de datos*

Combina diferentes tipos de datos y obtén una visión de 360º de su consumidor.



[marketing@netquest.com](mailto:marketing@netquest.com)



Contactanos hoy para descubrir toda la información que puedes obtener con todos nuestros datos de comportamiento.