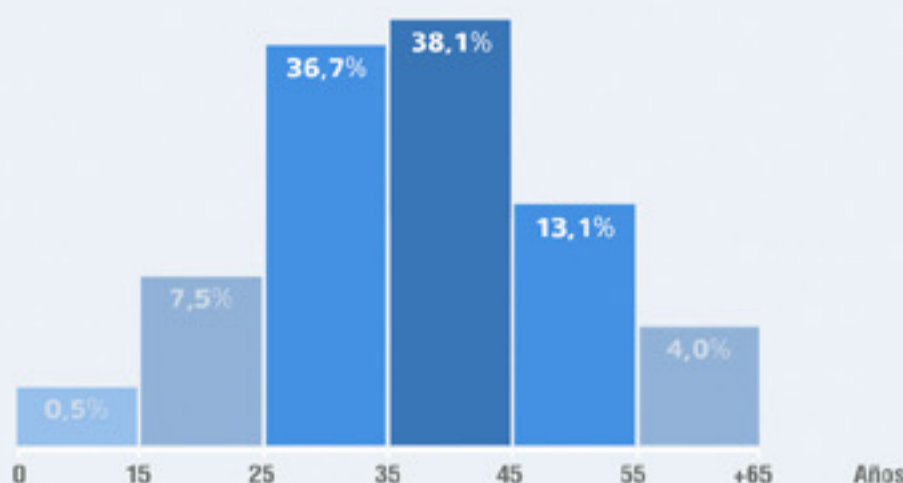


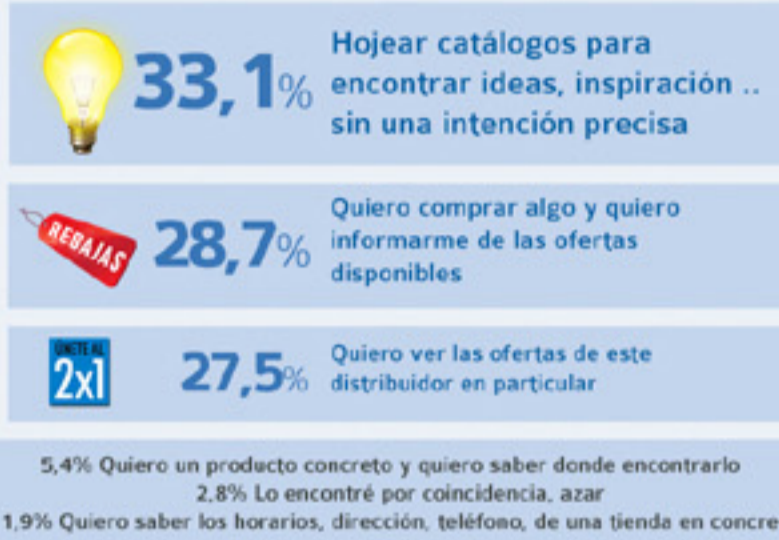
## EL USUARIO DIGITAL SIGUE COMPRANDO EN TIENDAS FÍSICAS

Ofertia, la plataforma móvil y web líder en difusión de catálogos y folletos digitales, ha realizado un estudio junto al instituto de investigación de mercado GfK Emer, para medir la conversión de los usuarios que consultan los folletos digitales en su app y su web a visitas a tienda. Consiguiendo así poder medir como influye la información que los usuarios encuentran en sus móviles o en la web, en su posterior visita a tienda y compra.

### PERFIL DE LOS USUARIOS ENCUESTADOS EN OFERTIA



### ¿CUALES HAN SIDO LAS RAZONES POR LAS QUE EL USUARIO HA CONSULTADO UN CATÁLOGO O FOLLETO EN OFERTIA?



La mayoría de usuarios han consultado el catálogo digital a raíz de una necesidad o con una intención concreta. A diferencia de otros medios digitales Ofertia no envía de manera intrusiva la información, sino que es el usuario el que accede cuando lo necesita.

### ¿HABÍA VISTO EL CATÁLOGO EN PAPEL ANTES DE VERLO EN OFERTIA?



### ¿TIENE PREVISTO IR A LA TIENDA EN LOS PRÓXIMOS DÍAS?



A los usuarios que nos dijeron que tenían intención de ir a la tienda se les pide el email y al cabo de 7 días se les manda una segunda encuesta, con los siguientes resultados:



### ¿COMPRÓ ALGO DURANTE LA VISITA A LA TIENDA FÍSICA?

**85%** de los que visitaron la tienda compraron algo



Los resultados de este estudio ponen de manifiesto la gran oportunidad que suponen los medios digitales y más en concreto los dispositivos móviles, para poder llegar al consumidor de una manera relevante y poco intrusiva. A través de Ofertia, el consumidor considera la publicidad de los catálogos, información relevante y útil para su preparación de la compra. La geo-localización combinada con un trabajo de segmentación de las ofertas y los productos, permite dar resultados al momento con gran relevancia a nivel local, consiguiendo así unos ratios de conversión a visita a tienda muy altos.