



MAIL JORNAIS CARROS CASAS EMPREGO BLOGS PROMOS VIRAL TUDO

f in @

subscriver newsletter assinar



## Geomarketing: o Marketing por geolocalização

Por **Marketeer**

em **09:00, 14 Fev, 2022**

*Por Sónia Nogueira, docente e coordenadora de Marketing do 1.º ciclo da Universidade Portucalense*

O Geomarketing tornou-se uma estratégia assertiva, em grande parte potenciada pelo mobile marketing. O facto de todos termos na palma da mão um dispositivo equipado com GPS possibilita a segmentação de campanhas e anúncios conforme a localização do utilizador e dá às marcas informações relevantes sobre os hábitos diários dos clientes.

Geomarketing é, assim, uma técnica avançada de marketing que privilegia a localização do público para a definição de estratégias. As marcas têm ao dispor diferentes formas de aplicar o geomarketing:

### **1 – Geofencing**

E se estiver a caminhar num shopping e, de repente, recebe uma notificação de uma loja próxima informando-o de que há promoções em curso? Isto é geomarketing! Estes tipos de acções emergem como uma estratégia das marcas e, no caso concreto, poderia ser um factor decisivo para induzir maior afluência à loja.

### **2 – Geotargeting**

Esta é a mais básica, mas não menos eficiente técnica de geomarketing. A partir dela, as marcas podem configurar uma campanha de anúncios na web para que eles alcancem uma audiência determinada a partir da sua localização. Se, por exemplo, pretender que a sua campanha seja exibida apenas a pessoas que estejam no Porto ou nas proximidades do Porto, consegue fazê-lo com recurso ao Google Adwords e Facebook Ads.

### **3 – Site personalizado**

E se a sua localização for solicitada durante a navegação num website? O objectivo pode ser disponibilizar imediatamente informação sobre stock dos produtos que está a pesquisar na loja mais próxima da sua localização actual. A funcionalidade e facilidade leva o consumidor a revelar a sua localização, pois também tem vantagens nisso. Mais uma vez, as marcas conseguem chegar, de forma assertiva, aos consumidores potenciais num raio de proximidade da sua área geográfica de actuação.

### **4 – Facebook**

O Facebook, por exemplo, pode informá-lo sobre se tem amigos seus nas redondezas. O que ao início pode parecer intrusivo, quantas vezes é visto como relevante para termos a agradável surpresa de rever amigos que estão de passagem pelas mesmas zonas que nós e

que, de outra forma, nunca saberíamos?

## 5 – Geotagging

Consiste na marcação da localização de um utilizador nas suas redes sociais. Quando as pessoas jantam num restaurante ou fazem compras numa loja, costumam registrar uma foto e, juntamente com a mesma, mencionar a localização.

## 6 – Waze

O Waze pode automaticamente preparar as suas rotas habituais considerando a sua rotina diária, por exemplo, de sair para um dado local de trabalho às 8h00 da manhã.. Parece magia? Não! É tecnologia. Tecnologia de geolocalização que, ao serviço das marcas, se vem desenvolvendo como uma ferramenta emergente de comunicação e de personalização apresentando-se ao lado dos clientes e apoiando as suas rotinas diárias (algo cada vez mais valorizado pelos consumidores)

A geolocalização tem, por isso, potencial para atrair clientes, sobretudo para negócios locais. O marketing tem vindo, inevitavelmente, a acompanhar esta tendência.

pub

## Para si

Links patrocinados por taboola

**Faz swing e não percas o balanço, com o modo repeat do teu novo #GalaxyZFlip3.**

Galaxy Z Flip3

**Betcllc Challenge House: Marco Costa tem um desafio Squid Game para os participantes da casa.**

Betcllc

**Apanha os Tigres para maximizar os teus ganhos.**

Placard.pt

**Veja a história desta empresa, de olhos postos no futuro**

BridgeWhat

**A gestão do negócio e um serviço a clientes rápido.**

UNI

**Este produto evita lesões no colo do útero causadas pelo HPV**

Colpofix

**Quem vai vencer no metaverso? Marcas desportivas e de vestuário de luxo na linha da frente**

**«É gritante a forma como os consumidores estão exigir confiança às marcas»**

**Morreu Miguel Araújo, director de Comunicação do Super Bock Group**