

REPORTAJE

# El GPS del coche, el espía perfecto para las marcas

**Juan Merodio, reconocido experto en Marketing on line, Redes Sociales y Web 2.0 analiza la brutal información que las marcas pueden obtener de los conductores a través de dichos dispositivos**



Enviar por email



3



1



6



Lunes, 24 de febrero de 2014 | Redacción

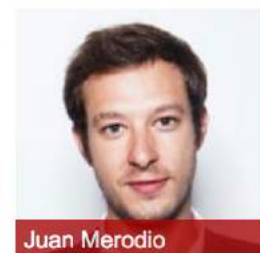
Arrancar un coche con GPS es desvelar quiénes somos y nuestros gustos. Una acción que, según comenta Juan Merodio, uno de los mejores profesionales en España e Iberoamérica en Marketing y Web 2.0 así como Redes Sociales, significa dar a las marcas una radiografía precisa como clientes. "No somos conscientes de la manera en que las empresas pueden llegar a nosotros y a nuestros gustos a través de las nuevas tecnologías. En el caso del GPS facilitamos más información de la que creemos".



El GPS, el espía perfecto para las marcas

Merodio destaca que conectar el GPS es sinónimo de recopilar datos de los conductores que, si no son protegidos por las marcas, pueden dar pie a un sin fin de campañas de marketing o publicidad muy bien orquestadas. "No solo ponemos en marcha el mapa que nos haga llegar a un punto determinado sino que desvelamos las gasolineras en las que paramos, los lugares por los que pasamos, los horarios en los que hacemos determinadas rutinas...un sin fin de datos que si las marcas de coches no los protegen y respetan pueden generar campañas de marketing y publicidad muy bien orientadas".

Y el fenómeno de mostrar quienes somos al conducir no ha hecho más que empezar. De aquí al 2020 se multiplicará por seis el número de coches con GPS integrado en todo el mundo. "Cuando compramos un coche nuevo lo hacemos por el tipo de tecnología de serie con el que viene. Nos gusta cuanto más mejor ya que eso significa estar en Internet y por lo tanto facilitamos la conducción y hacer de ésta una muy buena experiencia. Sin contar con los GPS que podemos poner los conductores en nuestros vehículos porque no los tienen, en la actualidad 23 millones de coches de todo el mundo llevan este dispositivo. Para 2020 habrá 152 millones", finaliza Juan Merodio.



Juan Merodio