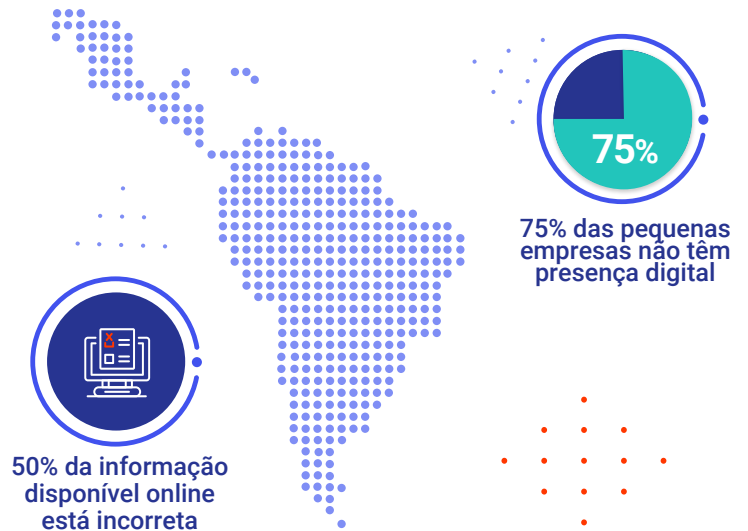


Na América Latina, 75% das pequenas empresas não tem presença digital. Para as empresas que tem alguma presença, em mais de 50% das vezes, a informação disponível está incorreta ou desatualizada. Muitas das maiores companhias do mundo utilizam os dados da dataPlor para melhorar suas operações.



Estudo de Caso: Vendas e marketing

Como a American Express utilizou a dataPlor para expandir sua presença no México

American Express é uma empresa de pagamentos globalmente integrada a um dos maiores provedores mundiais de cartões de crédito para consumidores.

A American Express estava interessada em expandir sua presença digital com foco em empresas pequenas. Depois de utilizar a base de dados de um concorrente, a equipe de vendas e marketing percebeu que 90% dos cadastros tinham dados de baixa qualidade, resultando em ineficiências operacionais significativas, leads não qualificados e tempo e dinheiro perdidos.

Ao licenciar sua base de dados, a dataPlor foi capaz de prover à American Express uma ferramenta efetiva: uma base coletados à mão, verificados por humanos e adaptados de maneira única às suas necessidades.

A equipe de vendas e marketing da American Express pôde utilizar os dados da dataPlor —qualificados em 90%— melhorando dramaticamente seu custo de aquisição de clientes.



A expansão da presença da American Express no México



A dataPlor proporcionou cadastros altamente precisos e completos



90% dos dados são qualificados
O custo de aquisição de clientes foi melhorado



200 mil Dados de pequenas empresas foram entregues ao Google



80% das empresas não estavam na base de dados

Estudo de Caso: Mapeamento

Como o Google utilizou a dataPlor para melhorar seu produto, o Google Meu Negócio no México

O Google é o maior motor de busca do mundo. Seu produto, o "Google Meu Negócio" é uma ferramenta que permite que empresas estabeleçam um perfil gratuito e se conectem facilmente com seus clientes, tanto pelo motor de busca como nos seus mapas.

O Google precisava aumentar o número de pequenas empresas que completariam o programa de verificação na sua plataforma, mas os dados online existentes não contemplavam 80% das empresas no México.

A dataPlor alocou sua equipe de campo de mais de cem mil pessoas para coletar dados de duzentas mil empresas no México, aumentando drasticamente o número de empresas na ferramenta Google Meu Negócio.

Estudo de Caso: Vendas e marketing

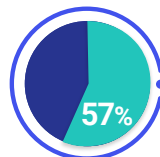
Como o Uber Eats utilizou a dataPlor para aumentar o número de restaurantes em sua plataforma no México

Uber Eats é a empresa líder de entrega de comida no México e no mundo, e utiliza mapeamento e infraestrutura para impulsionar seu sucesso.

A Uber Eats se juntou a dataPlor com um desafio único: aumentar a quantidade de restaurantes disponíveis na sua plataforma, em áreas do México onde já estava operando, mas com cobertura deficiente. Havia descoberto que os dados que utilizavam para popular a sua plataforma não incluíam a maioria dos restaurantes.

A dataPlor disponibilizou a licença de sua base de dados para a Uber Eats, com cadastros coletados manualmente e com verificação humana por sua equipe de campo de mais de cem mil pessoas no México.

Dos dados completos enviados pela dataPlor, a Uber Eats converteu 57% das empresas em restaurantes ativos na sua plataforma.



57% das empresas convertidas



Equipe de campo que coletou dados manualmente

A dataPlor oferece a única base de dados precisa de pequenas empresas no México.

Com mais de 1 milhão de registros continuamente atualizados, nossos dados são coletados manualmente e verificados por humanos ao menos uma vez por trimestre.



A base de dados da dataPlor inclui mais de 1 milhão de cadastros que são continuamente atualizados.

A base de dados da dataPlor está disponível através de uma licença anual. Se deseja obter mais informação sobre como a dataPlor pode ajudar a impulsionar seu negócio, por favor, entre em contato:

✉ sales@dataplор.com

🌐 www.dataplор.com