

Coca-Cola lanza "What's Red", una "app" para conectar a hosteleros y clientes



Noticias

Se trata de un escaparate digital en el que cualquier bar puede comunicarse con los clientes

Aquellas pizarras en las que bares y restaurantes anunciaban -y aún hoy publicitan- sus menús y promociones, tienen ahora una versión 2.0 con **"What's Red", una aplicación que ha lanzado Coca-Cola con el objetivo de conectar digitalmente a los hosteleros con sus clientes.**

Así ha definido el presidente de Coca-Cola Iberia, Marcos de Quinto, esta nueva herramienta, por ahora en fase beta, que tendrá su versión definitiva el próximo mes de septiembre, y que pretende ser "una caña de pescar" para los establecimientos tradicionales que no pueden fabricarla individualmente.

Se trata de un escaparate digital en el que cualquier bar, "desde el más humilde hasta el de mayor tendencia o más glamour", puede comunicarse con los clientes, a través de planes de ocio dirigidos a todos los públicos, ha explicado el operador de la aplicación, Andrés García Carranza. Conciertos, descuentos, exposiciones o cenas en las que los consumidores pueden traer a sus mascotas, son algunos de los 3.000 planes organizados en los bares españoles que ya están disponibles en esta ventana.

El hostelero tiene total libertad para lanzar su plan, que será accesible a todos quienes se hayan descargado "What's Red", de descarga gratuita, que podrán filtrar las propuestas a través de un sistema de geolocalización. "Es una aplicación de la calle y para la calle y busca ser una puerta para encontrar buenos planes de ocio, cultura, turismo y deporte", ha añadido García Carranza.

Con esta iniciativa, de momento circunscrita a España pero que tiene vocación internacional, Coca-Cola busca mostrar su apoyo a la hostelería, un sector "muy castigado por la crisis que necesita ayuda", en palabras del presidente de la compañía, y al que el año pasado ya se destinaron 10 millones de euros con la campaña "Benditos Bares". "Creemos que esta herramienta tiene un gran potencial de promoción de negocio para los hosteleros y en la fidelización de sus clientes", ha concluido De Quinto.

El lanzamiento de esta aplicación también es para Coca-Cola una herramienta que puede suponer "un estímulo al consumo", en palabras del director de comunicación y relaciones externas de la compañía, Miguel Mira, para quien "cualquier herramienta es buena para hacer un guiño al consumidor".

Redacción