Publicado en México el 20/05/2021

# [Adsmovil: ¿Cómo llegar a la audiencia adecuada durante Hotsale?](http://www.notasdeprensa.es)

## Prepare sus campañas de publicidad para sacarle el mejor provecho a este evento de ventas online

 Se llevará a cabo la principal campaña de venta online en México del 23 al 31 de mayo 2021 organizada por la AMVO. Según el reporte de intención de compra para la edición 2021 existe un incremento en el interés de compra de productos y servicios durante HOT SALE, casi 8 de cada 10 compradores están interesados en adquirir algún artículo durante la campaña. Desde Adsmovil, compañía pionera y líder en innovación de soluciones de publicidad digital, realizaron una radiografía del consumidor mexicano, tomando varias fuentes de información, para entender qué y cómo consumen durante eventos como HOT SALE con el fin de tener los insights adecuados para campañas de publicidad eficaces que permitan impulsar las ventas durante este evento: Hábitos de consumo durante Hotsale Según un reciente estudio realizado por Adcolony: 69% de los adultos mexicanos juegan en su móvil (67,5% mujeres y 70,6% hombres). El 31% tiene entre 25 y 34 años, el 30% entre 16 y 24 años y el 24% entre 35 y 44 años. El 14% restante está por encima de los 45 años. El 73% de la audiencia en México prefiere comprar en línea. 91% de los jugadores móviles visitan el retail online en México. Según el reporte de intención de compra para la edición 2021 realizado por AMVO: Interés por la compra omnicanal 9 de cada 10 potenciales compradores de HOT SALE tienen pensado adquirir productos y servicios combinando el canal físico y el canal digital, sin embargo, el 52% declara que tiene planeado comprar solo por Internet. Se prevé un 14% de nuevos compradores que adquirirá artículos durante HOT SALE utilizando el canal digital. Métodos de pago y presupuesto Los principales métodos de pago son Tarjetas de Débito y Crédito, sin embargo, resaltan la Tarjetas Digitales Bancarias, eWallets y tarjetas departamentales. En 2021 existe un 22% que planea gastar más por Internet que en el evento del año pasado, adicionalmente el presupuesto de compra es bastante alto ya que 4 de cada 10 interesados tiene pensado gastar más de $7,501 pesos en total. Intención de compra por categoría Electrónicos y moda son las categorías con mayor interés de compra durante la campaña, resalta el incremento de interés en artículos como electrodomésticos, juguetes, videojuegos, muebles y hogar. A la hora de capitalizar el alto tráfico que ofrecen estos eventos de compra online como Hotsale, es importante trabajar con diferentes estrategias que permitan maximizar la rentabilidad de la visibilidad. Para ello Alberto Pardo, CEO and Fundador de Adsmovil, sugiere: Contar con audiencias personalizadas, escalables y precisas según el comportamiento del consumidor, lo que permite llegar a la persona correcta en el momento indicado y de manera precisa. Y esto a su vez brinda una mayor efectividad de la campaña. Además del algoritmo de Machine Learning y la configuración de segmentos de comportamiento, Adsmovil es capaz de dirigir a los usuarios según sus segmentos socioeconómicos con la ayuda de la segmentación por dispositivos. Invertir en formatos publicitarios como Shoppable Ads, que permite conectar a las marcas a diferentes retailers o apps de venta habilitando un marketing accionable a la compra y escalable a nivel país o regional. Sobre AdsmovilAdsmovil es la compañía pionera y líder en innovación de soluciones de publicidad móvil en Latinoamérica y el mercado hispano de Estados Unidos. Fundada en 2009, es uno de los actores más premiados en la industria de la telefonía móvil, con oficinas en Argentina, Brasil, Colombia, México y Estados Unidos (Miami, Los Ángeles, Chicago y Nueva York). La empresa desarrolla campañas integradas, con un fuerte brazo Ad Tech, que permite la compra programática, la segmentación avanzada y la creación de audiencias específicas basadas en DATA. Los pilares de la compañía están basados en soluciones programáticas, así como componentes tecnológicos de geolocalización, atribución física y herramientas de segmentación mobile, ofreciendo a las marcas formatos de alto impacto y video instant play HD a través de su plataforma de DSP y un Mobile AdExchange (SSP). La compañía fue fundada por Alberto Pardo, actual CEO. Para más información visitar: www.adsmovil.com o @Adsmovil en Facebook, Twitter e Instagram.

**Datos de contacto:**

Geraldine Martell

Directora de Cuentas

+54911531428

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/adsmovil-como-llegar-a-la-audiencia-adecuada](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Comunicación Marketing E-Commerce Dispositivos móviles Ciudad de México



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)