[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Mexico el 07/12/2022

# [Adsmovil: Data Enrichment: ¿Cómo aprovechar los datos para incrementar las ventas?](http://www.notasdeprensa.es)

## Analizar de forma adecuada la información de los consumidores permite llevar adelante estrategias de marketing y publicidad adecuadas

Las estrategias de marketing y publicidad hoy en día deben centrarse en el consumidor, lo que se denomina "Customer Centric", enfocandose en conocer al consumidor, su hábitos, sus comportamientos y preferencias como co-creador de los productos y servicios que "se busca venderles".  El juego en la industria publicitaria viene cambiando de forma dinámica y rápida en los últimos tiempos, influenciados tanto por los cambios en los hábitos de consumo, como en las reglas del propio juego, como es el caso de la eliminación de las cookies de terceros. Lo que resulta ser un desafío para muchas empresas que no han explorado otra manera de impactar a sus audiencias o no han planeado una estrategia de first party data para conocer mejor a sus audiencias y establecer estrategias más eficientes a la hora de realizar una campaña publicitaria digital aprovechando la data para implementar, por ejemplo, estrategias retargeting a audiencias personalizadas que genere un buen retorno de la inversión y que a su vez garantice conversión, recompra y fidelización. En este momento captar y retener la atención del usuario es todo un reto, en un mundo en el que se bombardea con anuncios constantemente, y destacarse entre la competencia requiere un mayor esfuerzo, no solo en la creatividad sino en la implementación de las campañas para saber cuál es el canal, el formato y el momento adecuado para llegar a la audiencia elegida. Al eliminar las cookies de terceros, buena parte de la información que permite alcanzar audiencias concretas se perderá y deberá que ser obtenida de otras formas que resulten más seguras y atractivas para los consumidores. Es por ello que desde Adsmovil vienen trabajando hace algunos años en entender que el cliente requiere ir más allá, comprender que la media cambió y que la forma de venderla también, por lo que ahora debe estar apalancada en temas de data.  Hoy en día son pocas las plataformas que tienen la flexibilidad y capacidad de permitirle a las marcas crear audiencias personalizadas de forma genuina y que aporten al revenue del negocio. Con Adsmovil Personas se permite a las marcas entender mejor a los consumidores mediante la conexión de datos de ubicación de alta calidad en el mundo físico con patrones de comportamiento en el mundo online. De esta forma, las marcas pueden crear audiencias altamente personalizadas (sumado a la first data almacenada), escalables y precisas según el comportamiento y características del consumidor.  Y posteriormente pueden conocer la efectividad de la campaña en el mundo real mediante el análisis de tráfico a tiendas, pues se cuenta con data de más de 18 millones de puntos de interés que se alimentan hace 4 años.  Es una solución que permite a las empresas enriquecer y crear audiencias basadas en la geolocalización de sus dispositivos móviles y entender sus hábitos de consumo, lo que permite ofrecer publicidad hiper personalizada en el momento adecuado. La mejor práctica con los datos de primera mano es un intercambio de valor bidireccional: la empresa obtiene la capacidad de brindar una mejor experiencia al cliente y un marketing más efectivo, y el cliente obtiene información útil, asistencia y ofertas personalizadas. La utilización efectiva de datos pueden generar el doble de ingresos incrementales a partir de un solo anuncio o divulgación y mejorar la eficiencia de costos 1,5 veces más que las empresas con integración de datos limitada. Se continuará con el proceso de enriquecer la base para llegar a los consumidores. Ahora las marcas serán las encargadas de saber cómo utilizarlas y activarlas previendo canales y mix de estrategias. Hoy las cartas del nuevo juego ya están echadas, queda en quienes son parte de la industria seguir desarrollando soluciones que acompañen los cambios y expectativas de los consumidores.

**Datos de contacto:**

Rocio Pradines

11 4041 7960

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

Categorías: Marketing E-Commerce

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

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