Publicado en Mexico el 07/11/2022

# [Adsmovil: Optimizar audiencias. ¿Cómo vender más y mejor en el cierre de año?](http://www.notasdeprensa.es)

## Muchas personas aprovechan los eventos de activación de ventas online como el Buen Fin para adquirir sus productos en esta recta final del año

 Para muchas marcas en Latinoamérica y México estos últimos dos meses del año representan una temporada de grandes oportunidades, ya sea por la participación en eventos que impulsan la compra de productos y/o servicios de forma online que aumentan las posibilidades de conversión, o por el movimiento propio de estos meses de cara a la celebración de Navidad y la planificación de las vacaciones de fin de año.  En México, del 18 al 21 de noviembre de 2022 se llevará a cabo El Buen Fin 2022, último evento del año que impulsa la compra a través de Internet con descuentos en productos y servicios de diversas categorías. Por lo que muchas marcas buscan participar en este tipo de iniciativas para darse a conocer e incrementar las ventas en la recta final del año. De acuerdo a cifras brindadas por AMVO - Asociación Mexicana de Ventas Online -, 8 de cada 10 internautas tienen pensado adquirir algún producto y/o servicio durante El Buen Fin 2022. En relación a estos eventos de activación de ventas, Digital Turbine, partner de Adsmovil para la publicidad in-game, analizó el comportamiento de los consumidores para esta temporada, dando a conocer que el smartphone sigue siendo el líder indiscutido a la hora de buscar y comprar productos online. Entre las opciones de preferencia por este dispositivo los usuarios dicen que es fácil de usar, rápido, seguro y que tienen buena experiencia de uso.  "Desde Adsmovil nos hemos propuesto ayudar a las marcas en darles a conocer la importancia de recolectar, implementar y trabajar con 1 party data dentro de sus estrategias digitales para enriquecer sus audiencias y poner la data al servicio del negocio. Creemos que el futuro está en saber cómo utilizar la información para incrementar el revenue de las empresas. Para eso ponemos a disposición nuestra plataforma Personas, que permite 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", sostiene Alberto Pardo, CEO y Fundador de Adsmovil. Hoy los consumidores tienen expectativas altas de personalización y más de cara a este tipo de eventos, donde las marcas buscan diferenciarse de la competencia. "Ya no es suficiente basar las decisiones de personalización solo en datos históricos. El futuro está en enriquecer y crear audiencias basadas en la geolocalización de sus dispositivos móviles y entender sus hábitos de consumo para generar publicidad hiper personalizada en el momento adecuado. Las marcas deberían estar trabajando en esto, este es el momento de empezar", cierra el vocero.

**Datos de contacto:**

Rocio Pradines

11 4041 7960

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

Categorías: Telecomunicaciones Marketing E-Commerce Consumo Dispositivos móviles



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