[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en México el 16/02/2023

# [Adsmovil: Retail Media es el negocio de moda entre los retailers del mundo](http://www.notasdeprensa.es)

## El Retail Media es de las tendencias más marcadas y de mayor crecimiento en la publicidad online

El Retail Media es de las tendencias más marcadas y de mayor crecimiento en la publicidad online y también una de las categorías más importantes para el crecimiento y futuro de la publicidad digital, según un informe publicado por McKinsey, se espera que las Redes de Retail Media crecerán de aproximadamente 45 mil millones en gastos publicitarios a superar los 100 mil millones en 2026. La evolución que ha tenido el canal online ha llevado a las marcas y a los retailers a buscar nuevas estrategias para llegar a sus consumidores de manera más efectiva, así como a generar nuevas fuentes de ingresos que les permitan crecer. Es por eso que la promesa del Retail Media se basa en poder impactar compradores reales, "de a pie", siendo sumamente importante y muy potente el tema de la data, ya que de allí es que se consigue la información necesaria para poderlos impactar. A través de las redes de Retail Media se permite a los retailers aprovechar la data que tienen de sus consumidores para desarrollar negocios de publicidad y/o monetizar sus activos digitales. A su vez, es una oportunidad para que las marcas optimicen la rentabilidad de sus acuerdos comerciales consiguiendo una publicidad mucho más cualificada y directa, a través de anuncios que aparecen en el recorrido de compra de los consumidores o fuera del momento de compra mientras navegan en sus dispositivos móviles.  El Retail Media permite conectar las audiencias directamente con las compras, esto fue lo que ayudó a Amazon a convertirse en una potencia publicitaria. Esta tendencia no solo está en auge sino que se está consolidando, ya que estan entrando en un momento de la publicidad en el que la atribución de conversión fiable se está evaporando, en parte por la desaparición de las cookies de terceros y el poco conocimiento de los consumidores por parte de los anunciantes. Esto sumado a los cambios en los algoritmos de las redes sociales más famosas como Facebook, donde la segmentación ya no permite ser lo suficientemente profunda para convertir.  Alberto Pardo, CEO y Fundador de Adsmovil, empresa que cuenta con tecnología que permite que cualquier retailer o ecommerce pueda crear su empresa de Retail Media, sostiene que desde la compañía están apostando fuertemente a esta industria de Retail Media mediante el desarrollo de soluciones que impulsan el potencial de las marcas, llevan un paso más allá de sus competidores. En este aspecto entender mejor a los consumidores es un paso clave dentro del proceso y por eso a través de Adsmovil Personas, los anunciantes y marcas pueden acceder a una conexión de datos única que le permite saber la ubicación de sus consumidores en el mundo físico, además de sus patrones de comportamiento en el mundo online. De esta forma, se pueden crear audiencias altamente personalizadas, escalables y precisas según el comportamiento y características del consumidor, y posteriormente conocer la efectividad de la campaña. Hace unos 5 años, cuando todavía no se hablaba en el mercado acerca de Retail Media, Adsmovil fué la primera empresa en América Latina en desarrollarlo en un negocio en conjunto con Rappi. Precisamente en esta era hiper digitalizada, donde cada vez más personas navegan para comprar productos y servicios, el Retail Media ofrece una conexión y trabajo colaborativo entre los retailers y la marca basada en los datos, así como construcción de audiencias donde las estrategias de publicidad y mercadeo deben adaptarse si o si a las necesidades de los clientes de la forma más precisa posible.  Sin duda, el modelo del Retail Media supone una evolución del mercado tradicional, se trata de una relación en donde todos ganan, ya que que permite a los retailers generar una nueva fuente de ingresos, a los clientes recibir publicidad más relevante y menos invasiva, y a las marcas les brinda la posibilidad de abrir nuevos horizontes respecto a la publicidad y ganar eficiencia llegando a los usuarios en el momento oportuno, teniendo en cuenta sus necesidades "reales".

**Datos de contacto:**

Rocio Pradines

+54 9 11 4041 7960

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/adsmovil-retail-media-es-el-negocio-de-moda](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Comunicación Marketing E-Commerce

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

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