Publicado en México el 10/08/2021

# [Conocer la agenda del MMA Impact México](http://www.notasdeprensa.es)

## El evento más innovador de marketing se llevará a cabo de manera virtual los próximos 25 y 26 de agosto

 La MMA, la entidad de marketing e innovación más grande del mundo, reunirá el 25 y 26 de agosto, en México, a los principales líderes del marketing, innovación y negocios del mercado quienes compartirán acerca de lo que vendrá en la relación entre marcas y consumidores en el contexto tecnológico, conductual y social actual. Las jornadas se presentarán en dos partes (ver agenda aquí) Día I: 25 de agosto MMA Impact MX Durante la primera jornada José Manuel Maceda Vieira, Country Head Mercado Ads y Rodrigo Martinez Gutierrez, LATAM Retail Director Levi Strauss and Co, analizarán estrategias para potenciar marcas y negocios en marketplaces. También se compartirá el análisis de las nuevas motivaciones del consumidor on-the-go en un encuentro liderado por Ingrid Avilés México Country Manager Waze Ad y Jaoquín Flores, Global Online VP KAVAK. La era del data driven para las empresas llegó para quedarse. Por eso profesionales de Vidmob, TikTok y Sanofi CHC debatirán acerca de cómo alcanzar un crecimiento de tres dígitos utilizando un enfoque basado en datos. Además de contar con espacios de reflexión y análisis acerca del panorama de la publicidad tras la eliminación de las cookies y el futuro de la industria automotriz Día II: 26 de agosto MMA Impact MX Durante la segunda jornada, Jésus Benitez, VP of Expansion Adsmovil, Cinthya Urbina, Head of Data and e-Commerce Marketing ABInBev y Francisco Reyes, Country Manager México Revenue Rappi revisarán casos de éxito sobre machine learning y data aplicado a la optimización de campañas digitales. También Ricardo Barrueta, Managing Director Mexico GFK, presentará el estudio MMA Modern Marketing Report México 2021, que analiza el panorama actual de la industria y busca develar los insights detrás del comportamiento del consumidor. En línea con estos abordajes, Vassilis Bakopoulus, SVP – Head of Insights and Research MMA, analizará la madurez de los datos del consumidor en marketing. Andres Oliveros LinkedIn Top Voice, TEDx Speaker, Co-founder Astrolab revisará las estrategias más efectivas para llevar adelante una estrategia basada en el cliente (customer centric), entre otras temáticas y casos de éxito que se expondrán durante ambas jornadas. Desde la MMA invitan a los profesionales a participar del evento, que será gratuito y requiere inscripción previa en: https://www.mmaglobal.com/impactmexico2021#register

**Datos de contacto:**

Geraldine Martell

Directora de Cuentas

+54911531428

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/conocer-la-agenda-del-mma-impact-mexico](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Telecomunicaciones Marketing Emprendedores E-Commerce



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