[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en CDMX el 14/12/2020

# [Lo que viene en 2021 en publicidad exterior: Grupo IMU](http://www.notasdeprensa.es)

## Nuevas tecnologías, mejores métricas, mayor conectividad, campañas más creativas y dinámicas e interacciones en tiempo real, son las claves de la publicidad exterior

El 2021 será un año de adaptaciones y nuevos desafíos en todo el mundo, y la industria de la publicidad exterior no será la excepción. Por lo mismo, ​Grupo IMU,​ líder nacional en publicidad exterior, ve de frente al nuevo año una perspectiva alentadora, ya que a pesar de la situación que trajo consigo la pandemia, el sector de Out Of Homes (OOH’s) tuvo un fuerte crecimiento en el 3er trimestre del año, por lo que nuevamente no hay espacios vacíos en las calles, lo cual es un claro síntoma de la reactivación económica. La empresa mexicana, de publicidad exterior, ve el siguiente año como un paso más en la evolución que ha experimentado el sector, ya que con la contingencia se avanzó al utilizar nuevas tecnologías, mejores métricas, mayor conectividad, campañas más creativas y dinámicas, e interacciones en tiempo real, lo que permitió ofrecer mejores servicios y, por ende, mayores resultados. Es de destacar, en ese sentido, que las métricas se han convertido en un aliado clave para la publicidad exterior, ya que ofrecen información de primera mano para el cliente, así como el análisis de las tendencias de movilidad que permiten una compra mucho más efectiva para las marcas. Para Grupo IMU, las tendencias que van a predominar en 2021 en la publicidad exterior son el trabajar mano a mano con los clientes, escuchando sus necesidades para crear estrategias focalizadas y puntuales, además de implementar campañas dinámicas con conectividad y que sean medibles, ya que las marcas buscan hacer una publicidad diferente que comprenda cuáles son los perfiles, los hábitos de movilidad, los intereses, las motivaciones y las necesidades de las personas. Ángel Romo, Gerente de Mercadotecnia de Grupo IMU, destacó que “las estrategias que hemos y seguiremos realizando son soluciones analizadas, estudiadas, a partir de escuchar las necesidades y objetivos de cada uno de nuestros clientes.” Ahora, lo que sigue, es continuar innovando y concientizando a los compradores de medios de la evolución de la publicidad exterior y cómo el OOH sigue ofreciendo diversas bondades, entre las que destacan, campañas 360o personalizadas, diferenciadoras, que combinan los canales tradicionales, con los digitales, para lograr un mayor alcance, frecuencia, cobertura e impactos.

**Datos de contacto:**

Marisa Hurtado

5548103425

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/lo-que-viene-en-2021-en-publicidad-exterior](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Marketing E-Commerce

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

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