[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en México el 23/10/2024

# [MGID: El poder del rich media para potenciar las ventas durante Buen Fin](http://www.notasdeprensa.es)

## Descubrir las estrategias para aumentar las ventas durante esta temporada de compras online

Diversas marcas y organizaciones se preparan para celebrar una nueva edición de eventos de venta online en Latinoamérica. En México del 15 al 18 de noviembre se llevará a cabo una nueva edición del Buen Fin. Esta fecha representa una oportunidad crucial para que las marcas aprovechen la creciente intención de compra en un período en el que los consumidores buscan activamente promociones. Según Statista América Latina es el hogar de aproximadamente 300 millones de compradores digitales, una cifra que se prevé que crezca más del 15% de cara a 2027. En este contexto, el e-commerce mexicano se posiciona como el segundo mercado online más importante en América Latina, representando el 28% del mercado de comercio electrónico de América Latina, respectivamente. Además, según AMVO Ecomm Monitor by Nielsen 2Q 2024, la tendencia del crecimiento online, el segundo trimestre de 2024 creció un 15.9% en comparación con 2023. Estos datos indican una dinámica positiva en el comercio electrónico en el país y en la intención de compra de los colombianos durante los eventos de venta online.  En este contexto, las promociones y descuentos estacionales son cruciales para el comercio electrónico. Por esta razón, es fundamental destacar cómo las estrategias adecuadas pueden optimizar el rendimiento y la efectividad de las campañas en este periodo intensivo de compras. Los anuncios dinámicos, que se ajustan automáticamente según el comportamiento del usuario, son clave para presentar las ofertas que las audiencias desean ver, justo en el momento en que están listos para comprar. Desde MGID, plataforma global de publicidad nativa, comparten algunos beneficios clave para triunfar en la estrategia de Retail Media durante los días de ofertas online:  Experiencia personalizada: La interactividad de los anuncios de rich media ofrece una experiencia más personalizada y menos invasiva al ofrecer una interacción directa con el usuario, haciéndolo sentir más en control de la experiencia, lo que lleva a una sensación de transparencia y autenticidad en la comunicación.  Control de usuario: Los consumidores tienden a dedicar más tiempo a interactuar con este tipo de anuncios, gracias a su contenido atractivo e interactivo. Investigaciones de McKinsey revelan que el 71% de los consumidores espera recibir interacciones personalizadas, mientras que el 76% se siente decepcionado cuando esto no sucede A medida que un consumidor pasa más tiempo interactuando con un anuncio, aumenta la probabilidad de que forme una impresión positiva sobre la marca o el producto, lo que a su vez incrementa el potencial de conversión. Este tipo de compromiso se puede medir con mayor precisión, proporcionando datos valiosos para optimizar futuras campañas publicitarias.  Impacto significativo en el Branding: Los anuncios rich media tienen un impacto significativo en el branding al ofrecer experiencias más ricas e innovadoras. Estas estrategias permiten a las marcas posicionarse de manera más creativa y memorable, diferenciándolas en el mercado y reforzando su imagen como modernas y enfocadas en las necesidades del cliente, lo cual es crucial para ganar la confianza del consumidor.  Fortalecimiento de reputación y lealtad de marca: Al involucrar al público de forma significativa y transparente, las empresas no solo aumentan sus tasas de conversión, sino que también fortalecen su reputación y lealtad a la marca. Para aquellas marcas que buscan destacar, este enfoque ofrece un camino claro hacia el crecimiento sostenible y el éxito a largo plazo. "Para conquistar y atraer al público adecuado, es importante que las empresas adopten estrategias publicitarias más transparentes que inspiren confianza. Los anuncios rich media se presentan como un diferencial, ya que combinan elementos interactivos como videos, juegos, animaciones y gráficos avanzados, que pueden captar la atención de los consumidores y superar el sentimiento de desconfianza. Ofrecen una experiencia visual interactiva, que se diferencia de los anuncios estáticos tradicionales, despertando mayor interés. Con una estrategia bien definida, los eventos de venta online pueden ser un hito decisivo para aquellos que abrazan la innovación y la interacción en sus campañas publicitarias", afirma Linda Ruiz, Directora Regional de MGID Latam.

**Datos de contacto:**

Carla Herrera

RAKU

1155040300

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/mgid-el-poder-del-rich-media-para-potenciar](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Fotografía Marketing E-Commerce Estado de México Ciudad de México Otras Industrias Webinars Innovación Tecnológica Digital Actualidad Empresarial

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

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