[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en Ciudad de México el 14/02/2023

# [Seedtag ofrece perfiles contextuales para impulsar el éxito de las campañas sin utilizar datos personales](http://www.notasdeprensa.es)

## Seedtag, empresa líder en publicidad contextual, presenta los perfiles contextuales, una solución que permite a los anunciantes ofrecer campañas eficaces de contextual performance gracias únicamente a señales contextuales obtenidas en tiempo real sin necesidad de utilizar cookies ni datos personales que afecten a la privacidad del usuario

A medida que aumenta el tiempo que la gente pasa en Internet, los consumidores son también más conscientes de las formas en que se les rastrea. La mayoría no sienten que estén recibiendo nada de valor a cambio, por lo que las posibilidades de que los anuncios reciban atención y se conviertan en ventas son cada vez más limitadas.  Los perfiles contextuales de Seedtag combinan 2 tipos de señales contextuales: Señales de contexto web (obtenidas del análisis textual y visual mediante IA que permite una comprensión del contenido similar a la humana). Señales de contexto situacional (ubicación, hora del día, tiempo, orientación de la pantalla, etc.). Los perfiles contextuales de Seedtag van un paso más allá. La IA de Seedtag no solo es capaz de comprender los contenidos que están viendo los usuarios, sino también de predecir sus hábitos y comportamientos mediante las señales situacionales más avanzadas, como la velocidad del usuario al hacer scroll, el tiempo o la orientación de la pantalla. De esta forma, no solo se ofrece un anuncio muy relevante, sino que también se garantiza que se encuentre en el lugar perfecto de la página. Gracias a los perfiles contextuales, Seedtag ha podido ayudar a una de las mayores empresas de muebles del mundo a aumentar la notoriedad e impulsar las ventas de su nueva colección de muebles de jardín. La marca pudo saber cuándo los usuarios estaban "en contexto" y era más probable que visitaran la página web. En concreto, Seedtag analizó el impacto que tenía el clima en la campaña e integró los resultados como una variable contextual clave. Se pudo comprobar que las visitas a la página web aumentaban cuando hacía mal tiempo y que era más probable que la gente ejecutara la compra de los muebles de jardín cuando la previsión meteorológica era favorable. El resultado fue una reducción del 67% del coste por visita y la consolidación del cliente como empresa líder de muebles de jardín. Mauricio Marroquin, Head de Performance México en Seedtag, afirma: "Recién me preguntaron si un mundo sin cookies era posible y respondí que sí, siempre y cuando se tenga el conocimiento de dónde están, qué leen y dónde consumen contenido los usuarios que navegan en el mundo digital". "Debemos dejar de encasillar a los usuarios por rango de edad o por los intereses que pudieron tener meses atrás y empezar a impactarles en su momento más susceptible, relacionando lo que leen y consumen con la comunicación que las marcas emiten, así como buscando afinidad en tiempo real.  Seedtag está liderando estos avances  para ofrecer a las marcas una solución contextual full-funnel basada en perfiles contextuales creados en tiempo real y no intrusivos, mejorando, así, los resultados en todos los niveles del funnel sin perder eficiencia.

**Datos de contacto:**

Mariana

5528661669

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/seedtag-ofrece-perfiles-contextuales-para](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Marketing Programación Jalisco Nuevo León Ciudad de México Innovación Tecnológica

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

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