

Adsmovil lanza solución de geolocalización para el mercado de OOH en México

Los datos, la plataforma de automatización y los medios móviles forman la solución centrada en el segmento OOH.

México, diciembre de 2020.

Adsmovil, empresa líder en soluciones de publicidad móvil en América Latina y el mercado hispano de los Estados Unidos, en 2015, fue la primera empresa de publicidad móvil de América Latina en aventurarse en la geolocalización y hoy en día con toda la experiencia en el manejo y acumulación de datos de localización **tiene la oportunidad de apoyar la innovación en la industria de los Out of Home (OOH). La plataforma tiene por objeto ayudar a los agentes del mercado mexicano (propietarios de inventarios) a no desdibujar sus estrategias de crecimiento, apoyándolos con datos y tecnología, para crear un ecosistema de OOH con condiciones para el crecimiento continuo de las empresas.**

La compañía tiene a su disposición más de 25 MM de device id para ayudar al mercado a entender los comportamientos de forma detallada, estableciendo estándares de movilidad, en una plataforma (SSP) que cumple con inventarios estáticos y digitales y se ajusta al modelo de negocio de cada empresa. Ya integrado al DSP móvil de la empresa, crea una estrategia de reorientación móvil muy eficiente, que permite a las empresas de OOH realizar campañas móviles específicas o complementarias utilizando los teléfonos móviles.

"El mercado de la OOH está en proceso de digitalización y no me refiero sólo a los activos, el software, los procesos y las herramientas que buscan llevar la experiencia digital a uno de los más antiguos medios de comunicación masivos que existen. Sino a que también se están desarrollando iniciativas desde algunos de los actores, así como por parte de empresas y startups tecnológicas, conocidas como martechs. Es en este nuevo ecosistema es donde encaja Adsmovil. Somos una empresa de Marketing Móvil que utiliza los datos como base, y entiende las diferencias que cada uno de los medios de comunicación tiene, hoy en día, en las inversiones de los clientes. A pesar de muchas acciones, pocos tenían un ADN de OOH en sus operaciones, y debido a esto, a menudo el discurso no se alineaba con el interés de la persona de OOH", comenta Alberto Pardo, CEO y fundador de Adsmovil.

En México no es diferente, los medios de comunicación de la OOH han mostrado un crecimiento constante en los últimos años, lo que se debe al empresario y a su enfoque en la profesionalización del mercado. ***"Nuestra plataforma de soluciones utiliza datos para ayudar a la creación de una planificación automatizada, basada en el perfil de los consumidores, lo que permite una entrega dinámica que aporta al retargeting móvil un complemento eficaz para el anunciante, ya que Mobile OOH ha demostrado su eficacia cuando se combina con OOH. Hoy en día, ya es una tendencia en las estrategias de OOH en Europa y Asia"***, dice Pardo.

La geografía de la OOH es diferente. El inventario es finito y con un modelo de negocio que tiene un impacto directo, ya sea estático o digital. Desde la licitación ganada o la exclusividad del contrato, todo debe ser tomado en consideración, ya que debe ser parte del algoritmo a utilizar para llevar a OOH a un modelo de negocio digital y programático. La base de todo es la calificación del público, ya que es posible saber quién es, por dónde pasa y cuál es el impacto de las campañas de OOH en su comportamiento.

"Hasta la fecha, hemos visto que la tecnología y las empresas digitales se acercan a OOH como su próximo territorio. Con un lenguaje de marketing moderno, inicial y digital, buscan una fórmula para resolver la complejidad de un medio de comunicación tradicional y masivo que necesita escuchar a sus principales interesados. Somos conscientes de que no seremos los únicos. Ese es precisamente el desafío. Ofrecer soluciones que resuelvan los problemas del mercado. Y esta tarea requiere tiempo y dedicación. No creo en las soluciones "plug & play", después de todo los mejores y más saludables negocios son aquellos contruidos sobre la confianza", concluye Pardo.

Sobre Adsmovil

Adsmovil es la compañía pionera y líder en innovación de soluciones de publicidad móvil en Latinoamérica y el mercado hispano de Estados Unidos. Fundada en 2009, es uno de los actores más premiados en la industria de la telefonía móvil, con oficinas en Argentina, Brasil, Colombia, México y Estados Unidos (Miami, Los Ángeles, Chicago y Nueva York).

La empresa desarrolla campañas integradas, con un fuerte brazo Ad Tech, que permite la compra programática, la segmentación avanzada y la creación de audiencias específicas basadas en DATA. Los pilares de la compañía están basados en soluciones programáticas, así como componentes tecnológicos de geolocalización, atribución física y herramientas de segmentación mobile, ofreciendo a las marcas formatos de alto impacto y video instant play HD a través de su plataforma de DSP y un Mobile AdExchange (SSP).

La compañía fue fundada por [Alberto Pardo](#), actual CEO.

Para más información visita: www.adsmovil.com o @Adsmovil en Facebook, Twitter e Instagram.