

AdColony y Adsmovil refuerzan su alianza estratégica en Europa

El acuerdo conlleva significativos beneficios para anunciantes y usuarios. Amplía el portafolio de soluciones de publicidad digital y facilita la experiencia de compra de los consumidores desde sus dispositivos con herramientas como shoppable ads, TV Conectada y publicidad exterior

AdColony y Adsmovil, han llegado a un acuerdo que permite extender las operaciones comerciales a Francia y Portugal. De esta forma, a la oferta actual de la plataforma líder de publicidad de vídeo para móvil AdColony, con un alcance de 1.500 millones de usuarios, se sumarán las soluciones de Adsmovil, empresa de data y tecnología aplicada a la publicidad digital que ofrece soluciones globales en este área y que opera para el mercado hispano de Estados Unidos, Latinoamérica y España.

“El acuerdo supondrá importantes ventajas tanto para anunciantes como usuarios, ya que, por un lado, se mejorará la personalización y alcance de las campañas digitales, y por otro, la calidad de las experiencias de los consumidores durante su navegación móvil tanto dentro del ecosistema digital como a través de su interacción con las marcas desde la publicidad exterior del mundo físico”, asegura Ishaq Platero, Regional Manager de Adsmovil para Europa.

En cuanto al organigrama de la coalición, la división gala estará liderada por Alexandre Barbé, que cuenta con más de diez años de experiencia en el sector AdTech y ha trabajado para compañías como Criteo o MediaMath y la lusa por Pedro Sousa, que lleva dos décadas en la industria desempeñando cargos directivos para multinacionales y desarrollando la gestión de los servicios digitales en las áreas de publicidad y comunicación. Ambos reportarán de sus actividades a Ishaq Platero, Regional Manager de Adsmovil en Europa y máximo responsable de AdColony en España.

De esta forma, se ampliará el portafolio de soluciones en el mercado europeo y añadirá a las ya existentes las procedentes de Adsmovil como shoppable ads, CTV, y OOH (Out Of Home o publicidad exterior) con el soporte de su DSP y Trading desk.

Shoppable ads acorta el customer journey de los usuarios, ya permite hacer clic en el anuncio y escoger entre las diferentes opciones que ofrece el producto que se anuncia, así como hacer una comparativa de precios entre diferentes retailers, seleccionar su tienda preferida y finalizar la compra.

Por su parte, CTV posibilita la compra programática de diferentes fuentes con inventario exclusivo para TV Conectada y lanzar campañas de forma medible y targetizada en función de la audiencia. Mientras que OOH es una herramienta que une toda la potencialidad de los dispositivos móviles con las virtualidades de la publicidad exterior (OOH; Out Of Home) de tal forma que se incrementan los resultados de las campañas.

Además, todas las nuevas soluciones cuentan con el soporte del DSP y Trading desk de Adsmovil. Esto hace posible que los anuncios sean vistos por la persona correcta, a través de cualquier formato, en el contexto adecuado y en momento preciso, así como con un precio equilibrado. Contribuyendo así a la optimización de las campañas.

Para Alberto Pardo, CEO y Fundador de Adsmovil, “esta expansión de la compañía al mercado europeo es una excelente oportunidad para que las marcas accedan a nuevas soluciones que les permita lograr un mejor rendimiento de sus campañas conectando con las audiencias adecuadas y generando además una experiencia positiva para los usuarios”.

Datos de contacto:

Prensa AdColony: BRANDIPIA
Javier Táuler y Fátima Sánchez
911 101 354

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Juegos](#) [E-Commerce](#) [Nombramientos](#) [Recursos humanos](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>