

## **Mediapost renueva su propuesta de valor con soluciones 360 adaptadas al mercado**

**“Somos thinkers y doers”, es el eslogan que la compañía ha elegido para presentar su nueva propuesta de valor, que refleja su capacidad para definir, planificar, implementar, analizar y optimizar campañas dentro de funnel de marketing. Su equipo de Data Science y la tecnología propia de la compañía impulsan soluciones 360 híbridas, omnicanales e innovadoras con el fin de ayudar a las empresas a incrementar sus ventas**

“Somos thinkers y doers” es el slogan que define la renovada propuesta de valor de Mediapost, empresa especializada en marketing relacional, que busca poner el foco en aquellos puntos donde su fortaleza puede ayudar a las empresas a incrementar sus ventas, apoyándose en soluciones 360 híbridas, omnicanales y totalmente innovadoras, impulsadas por su equipo de Data Science y la tecnología propia de la compañía.

Desde hace casi 15 años, Mediapost siempre ha apostado por la construcción de relaciones duraderas entre las empresas y los clientes y por ello, la compañía ha dado un paso en su propuesta de valor con el fin de reflejar su capacidad para definir, planificar, implementar, analizar y optimizar cualquier tipo de campaña dentro del funnel de marketing.

Para Ana Góngora, Directora General de Mediapost, "esta nueva propuesta de valor refleja lo que nos hace únicos y valiosos para nuestros clientes actuales y potenciales. El foco, la transversalidad, la organización lean y la calidad de nuestros proyectos son los cuatro pilares que vertebran todas las acciones que estamos llevando a cabo en Mediapost para ser relevantes, competitivos y sostenibles. Es así como nuestra misión: ayudar a nuestros clientes a vender más y mejor, se combina con la visión “thinkers y doers”. Desde el diseño hasta la ejecución y la medición para la optimización, somos capaces a través de nuestras competencias, equipos, capacidad logística y tecnología propia, de dar solución a los retos comerciales de nuestros clientes de forma innovadora, ágil, transversal y cercana".

**Nuevo contexto al que adaptarse: un mercado cambiante y un consumidor desconocido**

Tras dos años marcados por la pandemia, el mercado al que se enfrentan hoy en día, marcas, retailers y empresas de servicio es totalmente diferente y cambiante. La adopción masiva del ecommerce, la apuesta por productos cada vez más sostenibles por parte de los consumidores, así como un perfil más híbrido de éstos, ha hecho que se opte por el uso de una combinación de canales digitales y físicos para comunicarse con ellos. En este contexto, se suma, además, el reto de un entorno cookiless que está haciendo que las diferentes empresas apuesten por estrategias direct to consumer con un triple objetivo: atraer a un target cada vez más desconocido pero informado, ser capaces de situarse en el top of mind del consumidor, y por supuesto, fidelizarles.

Así, en la actualidad, existe una necesidad indiscutible para marcas, retailers y empresas de servicio por analizar y comprender los datos, a los clientes y a los consumidores. Un área en el que Mediapost es capaz de actuar, tanto en el ámbito de la construcción de modelos analíticos, como de la actividad

de promoción, comunicación y lanzamiento de nuevos productos y servicios al mercado gracias a su equipo de Data Science, su tecnología propia y sus más de 300 empleados organizados en 4 áreas especializadas de servicios de marketing y una capacidad logística de más de cincuenta mil metros cuadrados en el territorio nacional, lo que garantiza la perfecta ejecución y análisis de todas las campañas.

**Tangram: flexibilidad, creación y resolución única de campañas**

Para el lanzamiento de esta nueva propuesta, Mediapost ha elegido el tangram como figura que simboliza su capacidad de adaptación y construcción de campañas personalizadas con la integración de las diferentes áreas y recursos de la compañía.

La metáfora de tangram hace referencia a un universo geométrico muy dinámico en el que Mediapost está representado por su capacidad de definir, desarrollar y analizar campañas de marketing. Del mismo modo, la geometría proporciona un carácter de precisión en las acciones y servicios de la compañía y evoca a formas cristalizadas o de diamante, lo que pone en valor la transparencia en su relación con los clientes.

**Datos de contacto:**

Mireia Herrero  
914115868

Nota de prensa publicada en: [Las Rozas](#)

Categorías: [Nacional](#) [Marketing](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>