

Mobile, interactividad y CTV, las claves para conquistar a los consumidores en la recta final del año

Los formatos interactivos, el papel del m-commerce o la apuesta por nuevos canales ofrecen grandes oportunidades a las marcas en fechas clave de consumo como el Black Friday o el Cyber Monday. EXTE analiza las claves para maximizar las oportunidades de venta en la recta final del año a través del marketing digital

Con el inicio del último trimestre de 2024, las marcas enfrentan una temporada crítica para capitalizar el aumento del consumo, impulsado por eventos clave como el Black Friday, Cyber Monday y las compras navideñas. Este período, que representa un importante aumento de las ventas anuales especialmente para algunos sectores como la moda o la belleza, también es el momento en que la inversión publicitaria digital se dispara.

Según un informe reciente de eMarketer, la inversión en publicidad digital global aumentará un 13,2% en 2024, impulsada en este último trimestre del año por el incremento de las compras online y el mayor tiempo de conexión de los consumidores.

EXTE, analiza las claves para maximizar las oportunidades de venta en la recta final del año:

1. Priorizar el mobile-first

El uso de dispositivos móviles para realizar compras online sigue creciendo en 2024 en España incluso por encima de la media global. Según datos de Shopping Index de Salesforce en el tercer trimestre de este año las compras a través de móviles aumentaron un 8% a nivel nacional, convirtiendo a este dispositivo en el canal predilecto de los usuarios para informarse, comparar ofertas e interactuar con las marcas.

2. Apostar por formatos interactivos e inmersivos

Ante la saturación de contenido digital, los anuncios interactivos han demostrado ser una forma efectiva de captar la atención del consumidor y generar engagement. Herramientas como los anuncios en vídeo interactivo o las experiencias de realidad aumentada no solo generan más engagement, sino que también incentivan la compra y favorecen el recuerdo de marca al ofrecer una experiencia inmersiva y de valor añadido.

"Los vídeos interactivos son una herramienta muy eficaz para mejorar las tasas de conversión. Al brindar una experiencia más envolvente y adaptada al usuario, estos vídeos permiten que las personas puedan informarse más allá de la pieza publicitaria, lo cual permitirá que tomen decisiones más informadas, en ocasiones directamente dentro del contenido. Igualmente, se pueden utilizar estos vídeos para incrementar el engagement y generar un mayor recuerdo de marca. Esta simplicidad en la interacción aumenta considerablemente las tasas de conversión frente a otros tipos de contenido",

explica Plácido Balmaseda, Country Manager en Iberia de EXTE.

3. Explorar nuevos canales como la CTV

Las campañas en televisión conectada han ganado terreno en este trimestre. Con un crecimiento de la inversión publicitaria del 68,2% en los primeros seis meses de 2024 según datos de IAB, este canal representa una gran oportunidad para las marcas que buscan conectar con consumidores a través de formatos publicitarios no intrusivos. Además, el 78 % de los usuarios que ven CTV se encuentran en modo de consumo activo, lo que aumenta las posibilidades de conversión.

"El usuario empieza a evaluar opciones cada vez más pronto hasta el punto de llegar a la fecha de compra, con la decisión prácticamente tomada. Por ello es esencial que las marcas pongan en marcha estrategias digitales bien planificadas y adaptadas a cada etapa, acompañando al consumidor en cada punto de contacto a lo largo de su journey. En EXTE creemos que es necesario impactar al usuario de manera distinta en cada momento apostando por formatos distintos y adaptados, pero siempre con el objetivo puesto en la interacción para generar engagement, clave para asegurar la conversión", explica Plácido Balmaseda, Country Manager en Iberia de EXTE

Datos de contacto:

Mónica
Trescom
662018925

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

Categorías: [Nacional](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [E-Commerce](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>