

Ofertia se incorpora a Mediapost en su apuesta por el drive-to-store digital

Ofertia es la plataforma web y móvil de información de compras locales líder en generación de tráfico al punto de venta que agrupa y digitaliza los folletos de ofertas. Cuenta con más de 6 millones de sesiones al mes en España, entre su web y la app, y casi 7 millones de catálogos leídos de forma mensual

Mediapost, la compañía líder en marketing relacional, confirma la absorción de Ofertia y su incorporación como nueva unidad de negocio para reforzar su apuesta por la omnicanalidad.

Esta plataforma web y móvil de información de compras locales se ha convertido en los últimos años en líder del marketing drive-to-store. Ofertia permite a los usuarios preparar sus compras gracias a la digitalización y geolocalización de todos los folletos de ofertas, para que puedan beneficiarse de los mejores descuentos mientras pone a disposición de las marcas un abanico de soluciones de publicidad digital segmentada mediante campañas de display, notificaciones push, etc. Se trata de una solución que permite generar branding a las empresas o incluso interactuar con sus audiencias a través de diferentes formatos de campañas, todo ello en una aplicación gratuita de fácil acceso.

Fue adquirida por Mediapost el pasado mes de noviembre y su reciente absorción como nueva unidad de negocio supone un refuerzo clave en la oferta del grupo por el marketing relacional omnicanal y un paso más en su objetivo de alcanzar nuevas y mayores audiencias digitales. “Los folletos de ofertas son un elemento clave para la organización y el ahorro de las familias, algo que cobra en el contexto actual una especial relevancia”, explica Juan Castañón, responsable Global Comercial y de Desarrollo de Negocio en Mediapost. “Nuestra misión es optimizar su rendimiento como herramienta de marketing que beneficia tanto a marcas como a usuarios”.

Ofertia cuenta con más de 6 millones de sesiones al mes en España entre su web y la app, y con casi 7 millones de catálogos leídos mensualmente. Tras su absorción, funcionará como unidad de negocio de Mediapost. Tanto de manera independiente como a través de las sinergias con otras unidades de negocio de la compañía, permitirá maximizar la eficacia de las estrategias de las marcas y retailers para acercarse al consumidor y aumentar el tráfico en tiendas físicas y online. Ofertia trabaja con las principales marcas y retailers del mercado, que se encuentran inmersas en una fuerte apuesta durante estas semanas por la proximidad de fechas clave como el Black Friday y las fiestas navideñas.

La absorción de Ofertia también permitirá a Mediapost desarrollar nuevas soluciones para la medición de la efectividad de las campañas de marketing local. “Ofertia nos permitirá, en definitiva, brindar las soluciones más avanzadas del mercado”, afirma Castañón. “Su impactante alcance a nivel digital nos ayuda a diseñar estrategias omnicanal infinitamente más eficientes para nuestros clientes y aumentar, así, el tráfico en las tiendas”.

De esta forma, Ofertia pasa a ser parte de Mediapost Spain S.L. que con Quantic, Galanta, Ágora,

Vócex, Geobuzón, Directia y ahora Ofertia suma ya siete unidades de negocio.

Datos de contacto:

Ana Navarrina

609580452

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

Categorías: [Marketing Logística E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>