

Superando los desafíos del verano: Neuromarketing e IA entre las claves para potenciar la publicidad digital con éxito según los expertos de Impulsion

Adaptar el mensaje al contexto estacional, utilizar un lenguaje informal, hacer referencias propias del verano y transmitir sentimientos de alegría y diversión mediante colores vivos y mensajes directos a través de las creatividades, algunos de los tips para esta época estival

El verano se presenta como un desafío para las marcas que buscan conectar con su público objetivo y aumentar el engagement durante una temporada en la que los hábitos y preferencias de los consumidores experimentan cambios significativos. Ante este escenario, Impulsion, empresa tecnológica especializada en publicidad digital, destaca la importancia de comprender la mente del consumidor para adaptar de manera efectiva las estrategias publicitarias al verano. Para lograrlo, es fundamental, entre otros, aprovechar el efecto de primacía y recencia en los anuncios, transmitir los sentimientos asociados a esta estación, como el buen humor y la diversión, y elegir los formatos digitales adecuados para aumentar la efectividad.

Y es que la temporada estival es un contexto particular para la publicidad digital, donde el 72% de los profesionales del marketing enfrentan dificultades, según IAB Spain, debido a que los consumidores muestran una mayor dispersión, tienen menos tiempo de atención y se ven expuestos a múltiples estímulos. Para superar estos desafíos, es fundamental adaptar las estrategias publicitarias y ofrecer contenidos personalizados, relevantes y creativos, aprovechando las ventajas tecnológicas como la inteligencia artificial, la data y la programática que permiten optimizar las campañas y llegar de manera más eficiente al público objetivo. En este contexto, el neuromarketing adquiere un papel crucial al comprender las reacciones y respuestas de los consumidores frente a los estímulos sensoriales de la publicidad, ayudando a crear campañas más atractivas, a personalizar las experiencias de los clientes y a fomentar la fidelidad a la marca. Asimismo, desempeña un rol importante al aplicar principios de persuasión y motivación en las campañas digitales, aprovechando el contexto estacional para crear campañas temáticas relacionadas con el verano y las vacaciones.

En palabras de Sara G. Timón, Country Manager de Impulsion, "La publicidad digital es un medio muy potente y versátil, que ofrece muchas posibilidades para comunicar con los consumidores en cualquier momento y lugar. Aunque se pueda ver como un reto, el verano es una época ideal para aprovechar y adaptar las campañas digitales con contenidos frescos, atractivos y llamativos que capten la atención, aporten valor y hagan sentir emociones positivas. Nosotros en Impulsion contamos con un equipo de expertos que diseñan estrategias a medida para cada cliente, utilizando las últimas tecnologías y tendencias del mercado con el objetivo de ayudar a las marcas a conseguir sus metas de negocio en un entorno cada vez más competitivo y cambiante".

Bajo esta premisa, Impulsion, empresa tecnológica especializada en publicidad digital, presenta algunas claves fundamentales para aumentar la eficacia de las campañas publicitarias digitales durante el verano:

Entender la mente del consumidor. Conocer bien cómo procesa el cerebro la información que recibe a través de los sentidos puede ayudar a diseñar campañas publicitarias específicas para esta temporada, captando la atención, generando interés y provocando acción. En el contexto estival, se puede aprovechar el efecto de primacía y recencia, creando anuncios impactantes desde el principio y colocando mensajes clave al final para maximizar la recordación. Además, adaptar el contenido y el formato de la campaña para que sea comprensible y memorable, utilizando mensajes claros, beneficios destacados y elementos visuales relevantes, también mejora la efectividad, aumenta el engagement y ayudan a obtener resultados significativos durante el verano.

Transmitir los sentimientos del verano. El verano se asocia al buen humor, al optimismo y a la diversión y crear campañas digitales que reflejen estos valores para captar la atención de los consumidores se vuelve crucial. Para ello, es importante aprovechar el contexto estacional para adaptar el mensaje y el tono de la campaña utilizando un lenguaje informal y haciendo referencia a situaciones típicas del verano, generando, así, empatía y conexión con los consumidores. Asimismo, emplear colores vivos, imágenes dinámicas y mensajes cortos que transmitan alegría y positividad, como imágenes de personas sonriendo o practicando actividades al aire libre, ayuda a captar la atención y reflejar los valores asociados al verano.

Utilizar el eye-tracking y los mapas de calor. Este tipo de herramientas permiten analizar los movimientos oculares de los usuarios cuando visitan una web y así extraer información sobre los elementos que captan su atención. Ayudan a conocer qué zonas de la web son las más vistas, las más ignoradas, las más clicadas o las más leídas. De esta manera, se puede optimizar el diseño de la web y colocar los anuncios en las posiciones más estratégicas para conseguir los objetivos propuestos.

Elegir bien los formatos digitales. Otro aspecto importante para lograr el éxito en verano es elegir bien el formato ya que no todos tienen el mismo impacto. Según un estudio de IAB Spain, los formatos digitales que más gustan a los usuarios son los vídeos (67%), los banners (51%) y los formatos nativos (49%), ya que se adaptan mejor al contenido y al diseño de las webs donde se insertan, potenciando el engagement y el recuerdo de marca.

Apostar por los formatos interactivos o gamificados. El verano es una época en la que los consumidores buscan experiencias que les entretengan y les diviertan. Por eso, es importante que las campañas digitales les ofrezcan algo más que un simple anuncio como un juego, un quiz, un sorteo o una encuesta que les motive a interactuar con la marca y aumentar así el engagement.

Datos de contacto:

Cristina Blanco
914 11 58 68

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

Categorías: [Nacional](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Otros Servicios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>