GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

¿Qué es la publicidad programática?, con Apricot Marketing

Actualidad Empresarial | 07/06/2023 | 00:00

A diario, las personas reciben miles de impactos publicitarios en internet, por lo que, para destacar en el ecosistema digital, es esencial planificar una estrategia que consiga captar la atención del público objetivo.

Dar a conocer y consolidar la imagen de marca en internet es un aspecto fundamental para toda estrategia de marketing. Y, para ello, la publicidad programática es uno de los mejores aliados. Debido a ello, compañías dedicadas al marketing digital, como es Apricot Marketing, la han incorporado a su catálogo de servicio.

¿Qué es la publicidad programática?

La publicidad programática es un modelo de publicidad basada en el Big Data, donde los anunciantes compran audiencia en lugar de espacios publicitarios. Se diferencia de los métodos tradicionales porque permite llegar exactamente al público de interés, en el momento que se requiera.

Por ejemplo, un producto va dirigido a mujeres de 40 años con hijos que viven fuera de la ciudad y no tienen vehículo, pero buscan comprarse uno. Por medio de la publicidad programática, es posible llegar a personas con este perfil, descartando a aquellas que no cumplen con las características del público objetivo. Por tanto, se trata de una forma de anunciarse muy rentable, ya que se paga únicamente por llegar a los consumidores que interesan a la empresa.

Para su funcionamiento, utiliza complejos algoritmos que permiten detectar coincidencias entre los datos proporcionados por las marcas sobre su público objetivo y los espacios publicitarios en diferentes medios, en un momento concreto. Es decir, es un sistema semi automático donde se compra los espacios de publicidad por medio de pujas.

Ventajas de este modelo publicitario

Este tipo de publicidad es posible gracias a los grandes avances de la tecnología y al Big Data. Herramientas que permiten conocer a los usuarios de una forma más amplia en lo que respecta a características, usos y tipo de compra online. Estos datos ayudan a llevar a cabo una mejor segmentación de los usuarios, permitiendo alcanzar mejor al público objetivo.

Otra ventaja es que la publicidad programática funciona de manera automatizada. Además, al ser estrategias basadas en plataformas online, tienen un mayor alcance, pudiendo llegar personas que se encuentran en cualquier parte del mundo.

Por último, los datos abundan en las campañas de publicidad programática, lo cual aporta un gran valor para los anunciantes. Medir dichos datos ofrece la posibilidad de ver los aspectos de la estrategia que están funcionando y los que no, así como reajustar las acciones. Y, al ser campañas modificables en tiempo real, el tiempo de reacción puede ser inmediato. Esto ofrece un gran control sobre la publicidad y la posibilidad de optimizarla de manera constante.

El equipo de expertos de Apricot Marketing trabaja en la creación de campañas de publicidad efectivas, que atraen a los consumidores, gracias al uso de la publicidad programática.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/207802-que-es-la-publicidad-programatica-con-apricot-marketing.htm