Publicado en Ciudad de México el 21/10/2020

# [Datos y métricas, los mejores aliados de la publicidad exterior destaca Grupo IMU](http://www.notasdeprensa.es)

## El uso de métricas se consolida como un elemento clave para la publicidad exterior. Datos y tecnologías confiables, desarrolladas por expertos, permiten lograr los objetivos del negocio

 El mundo se enfrenta a un contexto sin precedentes, ocasionado por el virus COVID-19, lo que ha provocado que la industria de publicidad exterior se inunde de diferentes herramientas, reportes e información, por lo que las métricas y el uso de Big Data se han vuelto factores fundamentales para seguir innovando como sector. Para Grupo IMU, empresa líder en publicidad exterior en México, las métricas han llegado para quedarse, ya que hoy en día es totalmente necesario utilizar datos y tecnología para dirigirse a las audiencias clave y medir el impacto de las campañas enfocándose en éstas, identificando los segmentos de clientes que van volviendo a la normalidad y que están saliendo a la calle, y entendiendo cuáles son los perfiles, intereses, motivaciones y necesidades de las personas. Por otro lado, el uso de Big Data, ha demostrado ser una herramienta esencial para el Out of Home (OOH), ya que permite tener una alta precisión en la información, una actualización continua y en tiempo real, una elevada y rápida escalabilidad, una mayor eficiencia y optimización de costos, y una capacidad de adaptarse de manera pronta y oportuna a las necesidades inmediatas. Rodrigo Margain, Director Comercial de Grupo IMU, destacó que “en la actualidad estamos viviendo una etapa de recuperación y de cambios, en la que desde el sector OOH observamos variaciones de hábitos en el consumidor, en los patrones de compra y de consumo, esto gracias al uso de métricas confiables, hechas por expertos, que nos permiten fijar objetivos de negocios y la capacidad de tomarle el pulso al consumidor y acompañarlo con soluciones integrales y eficientes.” Finalmente, la movilidad de las ciudades ha cambiado por la modificación de hábitos ante el confinamiento, sin embargo, aunque los patrones de tráfico están cambiando porque la gente trabaja más desde casa, igualmente siguen saliendo a las calles y se adaptan a las nuevas restricciones, lo que trae nuevas oportunidades para el sector de la publicidad exterior que debe aprovechar al máximo las herramientas tecnológicas y de medición para ser más creativo, adaptable y efectivo ante los requerimientos de los anunciantes.

**Datos de contacto:**

Marisa Hurtado

5548103425

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/datos-y-metricas-los-mejores-aliados-de-la](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Marketing Software



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)