[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en México el 06/09/2021

# [MMA: ¿En qué deben seguir trabajando las marcas este 2021?](http://www.notasdeprensa.es)

## Se llevó a cabo el MMA Impact México 2021, el evento más innovador y completo de la industria del marketing

La MMA, la entidad de marketing e innovación más grande del mundo, reunió a los principales líderes del marketing, innovación y negocios del mercado en un evento único: el MMA Impact México, donde los profesionales debatieron acerca de lo que se viene en la relación entre marcas y consumidores dentro del contexto tecnológico, conductual y social actual para más de 400 espectadores. “Este ha sido el puntapié inicial de nuestra labor en México y estamos sumamente agradecidos con la convocatoria y asistencia al evento, así como también con la diversidad de miradas profesionales que se sumaron y permitieron enriquecer la agenda del evento y aportar conocimientos de valor a los asistentes”, sostuvo Fabiano Destri Lobo, Managing Director Latam de MMA. Desde la MMA, comparten las conclusiones del evento: El comercio electrónico como pilar de crecimiento para las marcas - Tanto el comercio electrónico como el retail son canales de relevancia que van a permitir a las marcas una permanencia en el mercado en el futuro cercano, con la visión puesta en los siguientes 5 a 7 años. - Se espera que el eCommerce sea el canal de mayor crecimiento en ventas e ingresos en los siguientes años. - Gran parte de la estrategia de las marcas está puesta en hacer seguir creciendo el canal, buscar partners estratégicos para ello. - El canal online es estratégico no solo desde el punto de vista transaccional sino de entendimiento del usuario. Es una herramienta que permite decodificar el comportamiento del consumidor online. - México se convirtió en uno de los líderes en crecimiento a nivel global del comercio electrónico Cambios en los hábitos de consumo: el componente emocional y la importancia de la experiencia omnicanal - Las decisiones asociadas al consumo ya sea de producto o de servicios se mueven a través de un componente emocional - El insight gatillador de la emoción es aquel que permitirá hacer match con la necesidad del cliente - La gente compra en línea por conveniencia pero busca tener “otra” experiencia en la tienda física. Por eso la experiencia omnicanal es más importante que nunca - Las experiencias low touch hacen parte de las innovaciones post pandemia que permitieron una mayor cercanía con el consumidor. Se trabajó en robustecer la experiencia física con un componente digital La importancia de la creatividad en las campañas digitales - Data, creatividad e inteligencia artificial deben trabajar en conjunto para lograr campañas digitales exitosas - Entre el 60% y el 72% del éxito de una campaña digital depende de la creatividad - El advenimiento de la inteligencia de los datos para lograr campañas creativas en nuevas plataformas digitales como TikTok han impactado de forma positiva en la industria - La inteligencia de datos no solo es parte del proceso creativo, sino de la medición de la efectividad de las campañas y desde allí la posibilidad de impulsar la innovación constante de las marcas El panorama de la publicidad tras la eliminación de las cookies - Segmentaciones, targeting, campañas de retargeting van a empezarse a hacer de forma diferente - Estos cambios ponen en relevancia cada vez más la escucha del consumidor y la capacidad de ponerlos en el centro a la hora de llevar adelante campañas - Habrá por delante un desafío importante en seguir trabajando en la personalización de la comunicación para llegar en el momento correcto y en el canal ideal al consumidor - Con respecto a las métricas, va a obligar a las marcas a analizar en profundidad la data disponible y repensar las estrategias en función de ello Se pueden revivir las charlas de manera gratuita y por tiempo limitado en el siguiente link.

**Datos de contacto:**

Geraldine Martell

Directora de Cuentas

+54911531428

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/mma-en-que-deben-seguir-trabajando-las-marcas](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Telecomunicaciones Marketing E-Commerce Consumo

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

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