Publicado en México el 23/09/2021

# [Publicidad nativa: los consumidores ven anuncios nativos con un 52% más de frecuencia](http://www.notasdeprensa.es)

## Conocer los beneficios de este formato publicitario, según comparte Adsmovil

 La publicidad nativa está en auge y su principio se evidencia en los beneficios que aporta tanto para los anunciantes como para los usuarios al momento de usarla. Esta técnica, que surgió en los últimos años, llegó para quedarse y actualmente es un aliado prioritario al momento de pensar en un plan de marketing digital. Consiste en la simbiosis entre las marcas y los anunciantes, generando beneficios y oportunidades a largo plazo, propiciando equilibrio entre el contenido y la publicidad dentro del espacio digital, es decir que el conjunto estéticamente está integrado y de esta manera se consigue mejor conexión con el cliente para que la experiencia del usuario sea positiva y memorable. La notoriedad en este tipo de publicidad va a estar ligada a la calidad del contenido. Se debe evitar el uso excesivo del lenguaje promocional para, en lo posible, aportar un valor extra al usuario, ya sea a través de la información o incluso del entretenimiento. Los anuncios nativos coinciden con el contenido y el diseño de la página web en la que se encuentran maximizando el rendimiento de la campaña. Los consumidores ven anuncios nativos con un 52% más de frecuencia que los anuncios de banner, sostiene una encuesta compartida por MGID y Adsmovil. En este mismo relevamiento se evidencia que los anuncios nativos registraron un aumento del 9% en la afinidad con la marca y un aumento del 18% en las respuestas de intención de compra que los anuncios de banner tradicionales. Un gran beneficio en la publicidad nativa es sin duda poder captar la atención del cliente, debido a que se encuentra integrada al contenido donde aparece, lo que la hace más cercana en función a la estética con la que es presentada. Es decir que el tipo de formato que se plantea es la integración tanto en la parte estética como contextual, para que los usuarios no lo perciban como publicidad. Otros beneficios de este formato publicitario son: Rápida viralización: Ya que, al ser un contenido más atractivo visualmente, facilita que el usuario lo comparta con sus conocidos de manera inmediata. Llegar a los nuevos usuarios: aquellos que no responden a la publicidad tradicional, por lo que representa una fuente de tráfico y llegada al usuario muy importante. Adaptación: El análisis de la reacción de los usuarios sobre el contenido que se divulga permite adaptarlo de manera constante, con la finalidad de ser más efectivo y lograr los objetivos. Ahorro: en término de costos; debido a que este tipo de publicidad requiere menos recursos que la publicidad tradicional, lo que la posiciona en un formato publicitario en creciente uso, adaptándose a las nuevas tecnologías. Mejora la imagen de la empresa en términos de interacción: el usuario accede voluntariamente a la publicidad por medio de un clic que al no generarse de forma invasiva disminuye el agotamiento visual de la marca. Para que la publicidad nativa sea exitosa debe estar adaptada a los distintos dispositivos y plataformas, facilitando a través de los textos, imágenes o contenido interactivo el diálogo con el usuario. Este formato publicitario no sólo está en auge, sino que a partir de la integración del contenido y la constante interacción con el usuario permite la adaptabilidad a los diversos contextos y tecnologías. Sin dudas su mayor ventaja es aquella que permite al anunciante mostrar las cualidades de su producto o servicio a partir de la intención y deseo del usuario de acceder a ellos.

**Datos de contacto:**

Virginia Sassone

+5491164105227

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/publicidad-nativa-los-consumidores-ven](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Telecomunicaciones Comunicación Marketing E-Commerce



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