

Adsmovil y Appsflyer se unen en el mercado latino

Adsmovil ha anunciado una alianza con **AppsFlyer** para el mercado Latinoamericano, la cual permitirá a las marcas conocer no solo el número de descargas de aplicativos móviles sino factores como la interacción generada por éstos y el Customer Lifetime Value o **Valor del cliente**, lo que permitirá gestionar y medir el éxito de las campañas con mayor asertividad.



Por un lado, **Adsmovil es una empresa especializada en publicidad móvil en América Latina**, el mercado hispano en Estados Unidos y España, mientras que AppsFlyer es una plataforma líder en atribución de publicidad móvil y analíticas de marketing.

Gracias a este acuerdo, agencias de publicidad, marcas y Trading Desks con aplicativos móviles contarán con la solución de AppsFlyer para la medición de campañas de CPI (por sus siglas en inglés "Cost Per Install") que está integrada en un 100% con el servicio de Adsmovil, como explica un comunicado de prensa.

Dicha integración permite conocer, a las agencias y anunciantes, no solo el número de descargas de aplicativos móviles, sino factores **como la interacción generada por éstas y el Customer Lifetime Value o Valor del Cliente**, lo que permite gestionar y medir el éxito de las campañas de manera más acertada, dicen desde Adsmovil.

América Latina es un mercado con un rápido crecimiento de publicidad móvil, según expertos. De acuerdo con un estudio de eMarketer, en 2015 **la inversión de publicidad móvil en América Latina alcanzó los 6.820 millones de dólares**, lo que representa el 16.3% de la inversión en publicidad en la región y se espera que ese valor aumente entre 1.290 y 7.920 millones de dólares, durante los próximos 3 años.