

Publicidad digital en video para regreso a clases

Más de 25 millones de alumnos de educación básica, sin contar media superior y superior, regresarán a las aulas este 20 de agosto. Ante este panorama, empresas de todos tamaños afinan **estrategias de marketing**, donde la **publicidad digital en video encabeza la tendencia**.

De acuerdo con DynAdmic, **los niños tienen un peso importante ante la decisión de compras para el regreso a clases**, ya que con el uso de internet y los dispositivos móviles están al pendiente los nuevos productos en el mercado. De este modo, se posicionan como elementos de consumo o influenciadores de peso en las compras que realizan sus padres.

“Es por ello que la publicidad digital en video online repuntará 35 por ciento por el regreso a clases”, asegura DynAdmic.

De acuerdo con cifras de Cyberclick, en algunos casos la inversión en publicidad digital alcanzará hasta 37.6 por ciento del presupuesto total destinado a campañas publicidad.

“Si las marcas quieren tener más impacto en esta temporada, deben tener una **estrategia definida en los espacios más idóneos para que sus mensajes lleguen a más gente interesada** en comprar útiles escolares, uniformes, calzado y otros insumos como de computación o consumibles”, detalló Valérie Behr, directora de Ventas para Latinoamérica de DynAdmic.

Más herramientas

Año con año las empresas que venden estos productos se acercan más a **herramientas y filtros en forma de software que dan la posibilidad acceder a perfiles certeros de los internautas y espacios en los que estos consumen contenidos**, “para lograr impactos cada vez más positivos en sus campañas”, detalló Behr.

Según IAB México, 93% de los más de 70 millones de internautas que hay en el país, consumen video online. Para aprovechar este medio y dar a conocer un producto, **DynAdmic** recomienda ser original y breve, ya que la compañía ha detectado que los mexicanos observan videos de publicidad en plataformas como YouTube de no más de 17 segundos.

La creatividad es parte fundamental, de acuerdo con DymAdmic. “Al conocer bien a tus audiencias debes tomar en cuenta aspectos tecnológicos que generen mayor interacción con los usuarios. Para temporadas como el regreso a clases u otras, las empresas de programática y las plataformas suelen lanzar nuevas herramientas como marcos especiales, pre roll interactivo, botones adicionales dentro del video, etc. Con estos se facilita la vida de los clientes de la marca”.