

La MMA publica los resultados del EMEA Smarties Business Impact Index 2017

Unilever y Mindshare ocupan primeros puestos en el índice '2017 SMARTIES BUSINESS IMPACT INDEX' como anunciante y agencia impulsoras destacadas en cuanto al impacto en negocio de sus acciones móviles a nivel global y en EMEA

Como primicia, la Mobile Marketing Association (MMA), principal asociación empresarial mundial para la industria del marketing móvil, anuncia el ranking EMEA SMARTIES BUSINESS IMPACT INDEX 2017 donde están presentes anunciantes, marcas, agencias (medios, creativos y especialistas) y proveedores de tecnología que ofrecen el mayor nivel de impacto en el negocio a través de acciones donde la tecnología móvil es clave.

Las clasificaciones finales ya se han publicado a nivel internacional y muestran a las diferentes compañías que participaron, así como las que han destacado en el índice.

La metodología desarrollada en colaboración con WARC, la autoridad mundial en publicidad y efectividad de los medios, utiliza los datos de los finalistas y ganadores de los Premios SMARTIES 2017 tanto a nivel global, regional y país, asignando puntos a las campañas y a las empresas que forman parte de ellas.

Resultados del ranking europeo

Primera posición de los 2017 EMEA SMARTIES BUSINESS IMPACT INDEX:

Anunciante: Unilever

Marca: Knorr

Agencia de medios: Mindshare Turkey

Agencia Digital/Especialista: Digitas Liquorice

Proveedor tecnológico: AdColony Turkey

Agencia Creativa: Koçzer

Marcas por áreas contempladas en EMEA

Europa: Knorr

Oriente Medio: Lipton

Africa: Shoprite

Agencias por áreas contempladas en EMEA

Europa: Mindshare Worldwide

Oriente Medio: Mindshare MENA

Africa: DigitasLBI

‘Al establecer un índice de referencia, donde están presentes la creatividad, innovación y ejecución de las campañas de marketing presentadas en nuestros premios MMA Smarties, seguimos con nuestro objetivo de mostrar la excelencia y las vías de éxito para que especialistas en marketing, agencias y proveedores de tecnología hagan crecer sus negocios a través de la innovación y la creatividad en campañas donde el móvil es la primera pantalla’, dijo Chris Babayode. Director general de MMA EMEA. ‘Esto nos acerca cada vez más a responder la pregunta: sobre la efectividad del marketing móvil. Ahora podemos verlo en las experiencias destacadas en el ‘Business Impact’ de MMA.’

Os invitamos a conocer el índice completo global y por continente en <http://www.mmaglobal.com/smarties-?index>.

Las campañas contempladas en el Business Impact Index están disponibles en el “MMA SMARTIES Case Study Hub, accesible a los socios de MMA, donde se pueden encontrar más de 1.000 casos de éxito, así como las últimas campañas ganadoras en Cannes Mobile Lions, proporcionando así tanto a empresas como a agencias un espacio para navegar por el panorama del marketing móvil e identificar lo que funciona en movilidad y por qué.

Acerca de MMA Spain

La Asociación de Marketing Móvil (MMA) es la principal asociación global sin ánimo de lucro, que representa a todos los agentes de la cadena de valor de comercialización móvil.

Cuenta con más de 800 socios a nivel mundial y con presencia en 21 países. En España, su actividad se centra en eliminar los obstáculos al desarrollo de la movilidad en los diferentes mercados y establecer pautas para los medios móviles y buenas prácticas para un crecimiento sostenible y para el uso del canal móvil, así como ser un espacio de interacción y divulgación entre todos los que componen el ecosistema empresarial español con estrategias móviles. MMA Spain cuenta con más de 100 asociados en España.

Más información: www.mmaspain.com -? www.mmaglobal.com Síguenos en twitter: @mma_spain

Datos de contacto:

Tamara

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing Madrid Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>