Publicado en Madrid el 06/06/2019

MMA Spain presenta #PureMobile2019, el Foro Anual de Marketing Móvil de referencia en movilidad

PureMobile se celebrará el próximo miércoles 12 de junio en el auditorio del edificio Bankia de Paseo de la Castellana 189 de Madrid. Este evento, organizado por la MMA Spain, reunirá a profesionales de diferentes sectores: anunciantes, desarrolladores tecnológicos, agencias creativas y de medios, operadoras, entidades reguladoras y empresas educativas

Temas como, tendencias en tecnología móvil, adaptación al móvil, innovación, creatividad, investigación, mensajería inteligente, publicidad en el móvil, la gestión de la data personal y retos ante los que se encuentran los profesionales del marketing ante una transformación digital cada vez más móvil, se darán cita el miércoles, 12 de junio, en la sexta edición de #PureMobile, el evento anual de referencia en movilidad, organizado por MMA Spain (Mobile Marketing Association).

Marcas destacadas, agencias y desarrolladores tecnológicos debatirán, entre otros temas, sobre el papel que ofrece la movilidad a la empresa y la importancia de su adecuación a un entorno cada vez más móvil, así como la forma de llegar al usuario con estrategias basadas en nuevos modos de comunicación que generen conversación con las marcas.

Además, se tratarán temas tan de actualidad como la innovación tecnológica relacionada con los medios de pago, la revolución que está empezando a suponer la voz con chatbots inteligentes, cómo impacta a nivel cognitivo la publicidad en el móvil de cara a establecer una “viewability” más adhoc a cómo un cerebro procesa la publicidad; formas de optimizar y mejorar la presencia en el móvil o las últimas tendencias en vídeo y en creatividad con casos de campañas y aplicaciones.

#PureMobile2019 se convierte en la cita imprescindible para aquellas compañías innovadoras que están integrando la tecnología móvil en sus estrategias de marca, no sólo desde el punto de vista de la innovación en la comunicación y el marketing, sino también como parte de sus procesos internos y que afecta a toda su cadena de valor.

Más de 14 expertos compartirán su experiencia

Este año, #PureMobile contará con 10 ponencias y una mesa debate, en las que expertos compartirán sus experiencias, conocimiento y casos de innovación:

Mobile Payment – De la mano del anfitrión Bankia y de Mastercard, se conocerán experiencias y visiones de lo que la tecnología móvil representa para los medios de pago y como estas empresas

crean experiencias de relación con sus clientes.

Impacto y proyectos internacionales – Chris Babayode, Director General de MMA EMEA expondrá los últimos resultados de un estudio realizado por MMA sobre el impacto cognitivo que tiene la publicidad móvil en el usuario, así como los proyectos internacionales en los que está inmersa MMA como son lo relacionado con Atribución, Organización, Fraude y Brand Safety o Localización y proximidad entre otros.

Tendencias e innovación – Accenture Interactive mostrará un escenario plagado de innovación y desarrollos que van más allá del móvil.

Inteligencia al servicio de la conversación – Worldline se adentrará en la evolución que la mensajería móvil está teniendo y del impacto de los canales sociales (WhatsApp) y conversacionales (Chatbots) están teniendo en la forma de comunicarnos con las marcas.

Creatividad y efectividad – De la mano de marcas como Havas, Taboola y Teads mostrarán las mejores prácticas en cuanto a la efectividad de la publicidad nativa, así como del vídeo, o un caso de éxito ganador de los Premios Smarties de MMA tanto Global como Spain, así como de los WARC awards como es la campaña realizada por Havas para KIA.

Optimización – Google brindará un panorama actualizado de cómo tener una presencia en el móvil adhoc a las exigencias del movilnauta en cuanto a experiencia de usuario con la aplicación de AMP o PWA como parte del diseño de la presencia.

Data – El usuario es dueño de sus propios datos. Mydatamood, indica cómo saber dónde están los datos personales de cada uno y cómo interactuar con quienes lo hacen con información personal.

Retos – El corazón de la transformación digital son las personas y estás están en continua conexión a través de la tecnología móvil, ya sea dentro de sus propios trabajos con procesos más ágiles o creando formas de comunicación con clientes y usuarios. Todo esto representan retos para los profesionales del marketing: tecnologías, gestión de la data, nuevos modelos organizativos, perfiles profesionales con competencias específicas, etc. En esta mesa debate, donde profesionales de Accenture Interactive, La universidad CEU San Pablo, Telefónica, La Vaguada y Vocento, moderados por Linicom, hablarán de cómo afrontan todos esos retos.

PureMobile 2019

#PureMobile2019 es un encuentro anual organizado por la MMA Spain, que cuenta con el respaldo y contribución de Accenture Interactive, Bankia,, Mydatamood, Taboola, Teads y Worldline.

Asimismo cuenta con la colaboración de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), Asociación Española de Editoriales y Publicaciones Periódicas (AEEPP); Asociación Española de Marketing (MKT), la agencia Actitud de Comunicación y La Federación de Empresas de Publicidad y Comunicación (La FEDE)

El programa completo, así como las marcas, ponentes, patrocinadores y colaboradores, puede consultarse en la web del congreso: https://puremobile.es/puremobile-2019/

#PureMobile2019

Cuándo: 12 de junio, de 09:15 a 14:15 horas.

Dónde: Edificio Bankia - Auditorio

Paseo de la Castellana 189 – Madrid 28020

Acerca de MMA

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 en el móvil. Con más de 800 socios, cuenta con presencia en 21 países.

La misión de MMA es acelerar la transformación e innovación del marketing a través de la tecnología móvil, ayudando en el crecimiento de las diferentes industrias a través de una conexión más directa con el consumidor.

MMA se sustenta en cultivar la inspiración, compartiendo casos de éxito, conocimiento y mejores prácticas, así como construir capacidades para el éxito a través de fomentar el conocimiento y la confianza en el medio; demostrar el impacto de las acciones móviles a través del análisis, probando la efectividad e impacto del móvil a través de la investigación y el análisis y colaborar con los socios y partners, para reforzar y asegurar la industria del marketing móvil.

Datos de contacto:
Actitud de Comunicación
91 302 28 60

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Marketing Eventos E-Commerce

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es