



Telefónica se alía con Vértice360 para liderar el sector publicitario DOOH

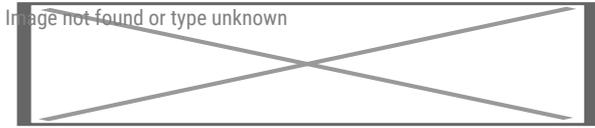
Este partnership tecnológico irrumpe como tercer operador de publicidad DOOH en España y aspira liderar este ámbito sectorial a nivel nacional e internacional en los próximos cinco años. El acuerdo contempla el desarrollo de todos los proyectos de DOOH de ambas compañías a nivel nacional e internacional (en Europa y en Latinoamérica) mediante la utilización de herramientas y desarrollos tecnológicos en el área de Big Data, Machine learning e Inteligencia Artificial, entre otros. Esta alianza tecnológica comenzará a gestionar desde el próximo 1 de abril, un circuito de más 500 Mupis digitales, en 43 de los principales centros comerciales en España y Portugal.

Telefónica ha alcanzado un acuerdo con Vertice360 por el que ambas compañías trabajarán conjuntamente en el desarrollo, gestión y explotación de todos los proyectos basados en publicidad DOOH (Digital Out Of Home) hasta final del año 2026, sin perjuicio de sus ulteriores prorrogas.

Telefónica, después de haber estado en contacto con todas las multinacionales líderes de este sector, se decantó por la propuesta realizada por Vertice360 gracias al perfil tecnológico de ésta y a la aportación como valor añadido de su experiencia en la optimización de campañas publicitarias globales (tanto Off line como On line) fruto de la utilización de herramientas de Big Data, Machine learning e Inteligencia Artificial.

Resultado de este acuerdo y como primer proyecto, **gestionarán desde el próximo 1 de abril la explotación comercial de la actividad publicitaria digital y promocional en un circuito que engloba - al menos- 43 de los principales centros comerciales de España y Portugal con más de 200 millones de visitantes al año.**

Este circuito se ampliará recurrentemente mediante la incorporación de nuevos centros a nivel nacional e internacional junto con la integración de otras múltiples tipologías de soportes tecnológicos basados en publicidad DOOH.



Además, el acuerdo alcanzado por Telefónica y Vertice360 contempla el desarrollo, gestión y explotación de todos los proyectos de ambos Grupos en el sector de publicidad DOOH a nivel internacional, tanto en Europa como en Latinoamérica.

Para ello Telefónica, y más concretamente el equipo de **IoT&Big Data** ha puesto a disposición de Vertice360 su experiencia en la ejecución de soluciones basadas en el internet de las cosas, Big Data y Business Intelligence, lo que ayudará a entender y comparar el comportamiento y los intereses de los clientes a la hora de tomar las mejores decisiones en las estrategias de marketing por parte de las marcas.

Por su parte, Vertice360 aportará además de su dilatada experiencia y profundo conocimiento del sector de la publicidad, la capacidad de desarrollar soluciones innovadoras para **la explotación comercial de los soportes DOOH**, basada en el machine learning y la publicidad programática, lo que optimizará de manera muy significativa las campañas que los anunciantes realicen en los soportes digitales gestionados por ambas compañías.

De esta manera y gracias al acuerdo alcanzado para la explotación de los más de 500 mupis digitales del circuito de 43 centros comerciales en España y Portugal, este partnership tecnológico irrumpe y se posiciona como tercer operador de publicidad DOOH en España y aspira a convertirse y liderar este ámbito sectorial a nivel nacional e internacional en los próximos cinco años (Fuente: AIMC).

Pablo Pereiro Lage, Presidente y CEO de Vertice360, asegura que *“esta alianza es el resultado de una estrategia conjunta que engloba otros proyectos tecnológicos e innovadores dentro del Sector Media y refleja la gran apuesta que ambas compañías estamos realizando en el desarrollo de soluciones tecnológicas y digitales globales para conseguir y ofrecer la máxima rentabilidad a todos los anunciantes”*.

Telefónica y Vertice360 no son ajenos al momento que vivimos actualmente en cuanto a transformación digital en lo que a publicidad exterior se refiere. **La aplicación de IOT y Big Data, se presenta como determinante para conseguir mejorar y optimizar las acciones de marketing de las empresas de cara a permitir tomar decisiones mucho más seguras y correctas en mucho menos tiempo.**

El circuito gestionado por ambas empresas en los 43 de los principales centros comerciales de España y Portugal, permitirá a los anunciantes optimizar la gestión de sus campañas unificando las comunicaciones de marca en toda la red de una forma más flexible y dinámica en función de los objetivos específicos y ofreciendo la posibilidad de lanzar anuncios personalizados o publicar promociones en tiempo real de un modo interactivo, así como generar distintos mensajes segmentados simultáneamente adecuándolos en función del perfil de los usuarios, consiguiendo mejorar la experiencia del cliente a la hora de recomendar e inspirar compras.

Igualmente, **el sistema permitirá la configuración de la publicación del contenido digital por áreas y pantallas; gestión, programación, distribución, segmentación y sincronización de contenidos; dispositivos de control y seguimiento de los principales indicadores de las campañas.**

No es la primera vez que Telefónica y Vertice360 trabajan juntos, de hecho, en el último trimestre de 2020, **desarrollaron conjuntamente una solución pionera que facilitaba la preservación y distribución de contenido digital** y la gestión en remoto de archivos de gran tamaño con la máxima seguridad, agilizando de esta manera, su descarga desde cualquier lugar del mundo.



Contacto de prensa:

Carlos Berdonce
comunicacion@bestoptionmedia.com
917940600
bestoptionmedia.com