

In-store retail media alcanzará \$1B de dólares en 2028

El mercado de in-store retail media está experimentando un crecimiento significativo. Proyecciones indican que el gasto alcanzará los \$1 mil millones para 2028. Descubre las tendencias clave y datos relevantes que impulsan este crecimiento.

Factores Clave del Crecimiento

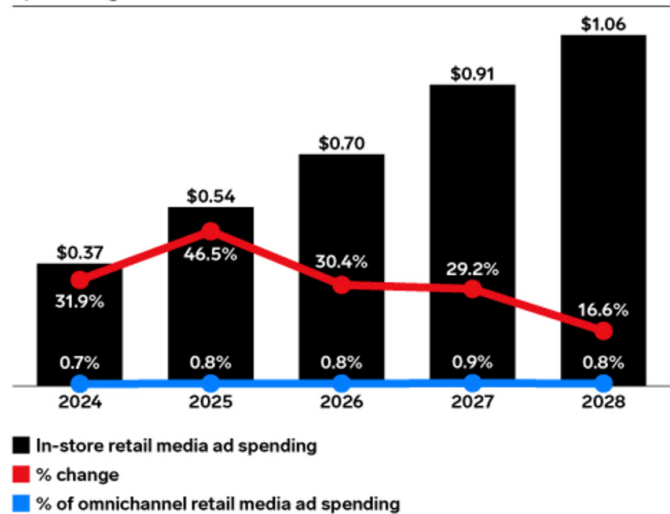
Tecnología Avanzada: La adopción de tecnologías como sensores IoT y señalización digital ha mejorado la capacidad de los retailers para atraer a los clientes en el punto de venta.

Publicidad Personalizada: Las campañas de marketing dirigidas y la personalización en tiempo real han demostrado ser efectivas para incrementar las ventas.

Experiencia del Cliente: Mejorar la experiencia de compra en la tienda se ha convertido en una prioridad, impulsando la inversión en medios in-store.

In-Store Retail Media Spend Will Top \$1 Billion—but Not Reach 1% of Total Retail Media—by 2028

billions in US in-store retail media ad spending, % change, and % of omnichannel retail media ad spending, 2024-2028



Note: digital advertising that appears on a retailer's on-premise signage, either in-store or in the immediately adjacent exterior (e.g., parking lot); includes place-based advertising at grocery stores, gas stations, restaurants, etc.; excludes common area signage not directly affiliated with a retailer (e.g., inside of malls)
Source: EMARKETER Forecast, March 2024

285351

EM EMARKETER

Futuro y Proyecciones

De cara al futuro, se espera que el gasto en in-store retail media siga creciendo. Para 2028, el mercado podría alcanzar el billón de dólares.

La continua innovación en tecnología y la demanda de experiencias de compra más inmersivas serán los motores clave de este crecimiento.