

## NOTA DE PRENSA

### Kanlli apuesta por Qustodian desde su lanzamiento

Madrid, 16 de noviembre de 2010. La agencia de marketing interactivo y contenidos Kanlli ha elegido para algunos de sus clientes, como Pepetravel o K-tuin, el servicio de marketing móvil Qustodian, donde los usuarios reciben ofertas y promociones de sus empresas favoritas e interactúan con ellas mientras ganan dinero (o ganan dinero por recibir ofertas personalizadas en el móvil).

*“Una alternativa publicitaria que favorece tanto a usuarios como a anunciantes y que sin duda tiene gran cabida en un mercado dónde el futuro es móvil”, asegura Gonzalo Ibañez, CEO de Kanlli.*

Se trata de un servicio en el que el usuario recibe ofertas de las marcas que elija, de una manera menos intrusiva. Para ello, han desarrollado una aplicación móvil que permite la recepción de mensajes en una bandeja de entrada diferente al SMS. Sin avisos molestos, ni mezclados con mensajes personales que se reciben por SMS.

Según el *II Estudio IAB Spain sobre Mobile Marketing*, la publicidad a través del móvil tiene entre sus principales ventajas el hecho de que puede ser dirigida y acorde con los intereses de los clientes. Además, y en cuanto a la actitud de los encuestados frente a este tipo de publicidad, el 66% estaría dispuesto a recibir más publicidad en el móvil si a cambio recibe un beneficio, el cual en el caso de Qustodian es el poder darse de alta en un sistema de alertas publicitarias personalizadas.

En un ambiente de popularización de internet móvil, donde se ha incrementado la presencia de smartphones en el último año, y donde se aprecia una mayor aceptación y valoración de los formatos publicitarios más habituales como SMS y MMS, el alcance de los clientes a través del móvil constituye una oportunidad.

*“Dichas campañas permiten a nuestros clientes ofrecer un valor añadido y pienso que obtendremos buenos resultados, pues los consumidores se muestran abiertos a este tipo de publicidad, ya que son ellos quienes eligen de qué marca recibir los anuncios, según sus propios intereses”,* añade Gonzalo Ibañez.

La agencia de viajes online Pepetravel, utilizó Qustodian para la presentación la marca Pepeday, que ofrece la contratación de viajes de última hora con descuentos de hasta el 60%. Para ello, los usuarios recibían en su móvil una muestra de ofertas incluidas en la web con redirección a la página del anunciante.

Por su parte, la campaña de K-tuin, el mayor distribuidor de la marca Apple en España, con Qustodian tenía como objetivo atraer público a los puntos de venta y suscriptores a la newsletter. Para ello, se basaron en un concurso con



preguntas de temática “Apple”, en el que se incluyó un cupón de descuento para todos los usuarios. Dicho cupón, se guardaba en una pestaña específica, validándose directamente en la tienda mostrando la pantalla del móvil.

## ACERCA DE KANLLI

Kanlli, *The Interactive and Content Marketing Agency*, ofrece servicios personalizados de Marketing Interactivo, Marketing en Buscadores y Marketing Móvil. En los últimos tiempos ha desarrollado diferentes acciones en el ámbito del Social Influence Marketing para clientes de la talla de K-tuin, Pepecar, ONO o MMT Seguros, entre otros.

[Kanlli](#) tiene su sede en Madrid y sirve a clientes en EEUU, México, Argentina, Brasil y otros países de América Latina.

## CONTACTO

Juliana Gutiérrez  
Marcom Manager  
Tel: 91 725 92 20  
[juliana.gutierrez@kanlli.com](mailto:juliana.gutierrez@kanlli.com)