

A close-up photograph of two individuals from the chest down, both holding and looking at their smartphones. The person on the left is wearing a brown jacket over a white lace-trimmed top, and the person on the right is wearing a dark blue polka-dot jacket. The background is a neutral, light-colored wall.

milanuncios

—
Nota de prensa

Milanuncios redefine el consumo de segunda mano eliminando la culpa en su nueva campaña impulsada por IA junto a Monks

- La iniciativa legitima el deseo frente a la necesidad y posiciona a la plataforma como una vía para disfrutar de las compras sin remordimientos
- La campaña ha sido diseñada y producida por Monks, con la última tecnología de IA

Enlace a [imagen](#), y vídeos de la campaña: [spot de compra](#) y [spot de venta](#)



La plataforma de segunda mano Milanuncios ha presentado su nueva campaña desarrollada en colaboración con Monks Madrid. Bajo el concepto "Lo que necesitas", la campaña se centra en el diálogo interno que desencadena un deseo, utilizando el humor y la exageración para eliminar la culpa que a menudo rodea al consumo.

La campaña ha sido desarrollada con herramientas de inteligencia artificial de vanguardia para agilizar los procesos de conceptualización y producción y, sobre todo, para encontrar una estética capaz de reflejar ese "viaje" por la mente del

usuario de una forma visualmente impactante y surrealista. La IA no se utilizó sólo como una herramienta de eficiencia, sino como un colaborador eficaz para elevar el nivel artesanal y creativo de la pieza, dando vida a un concepto que habría sido imposible de realizar sin ella y redefiniendo las posibilidades de la publicidad en un nuevo mundo impulsado por la IA.

El concepto creativo nace de una idea sencilla: cualquier impulso, por pequeño que sea, puede convertirse en una experiencia positiva dentro del ecosistema de Milanuncios. A través de más de 25 piezas digitales, que se estrenarán en YouTube, Connected TV y redes sociales el miércoles 21 de enero, la marca se adentra en el momento previo a la acción, conectando cada pensamiento del proceso de compra con la amplia oferta de la plataforma, todo ello mediante un tono artístico y exagerado diseñado para cautivar a la audiencia y conectar con una verdad humana.

Esta campaña forma parte del posicionamiento estratégico de Milanuncios, "Consumo Positivo", mediante el cual la marca busca desdramatizar la relación con las compras y alejarse de las narrativas de presión y arrepentimiento, especialmente entre el público más joven. En este contexto, el humor se convierte en la herramienta principal para normalizar el acto de comprar y vender de una manera más consciente y relajada.

"Esta campaña es fruto de una colaboración con Monks, quienes utilizaron las últimas herramientas y tecnología de IA para reimaginar el marketing creativo de Milanuncios. El uso de IA no sólo nos permite optimizar costes y acelerar procesos, sino que también abre la puerta a experimentar con propuestas visuales más disruptivas y de gran impacto", explica **Magalí Rey, Brand Director de Milanuncios.**

"Hoy la creatividad es el nuevo targeting. En esta colaboración con Milanuncios, utilizamos la IA para generar una gran variedad de contenidos desde una idea creativa, pensados para ser distribuidos de forma inteligente a través de plataformas como Meta o Google, que son partners estratégicos. Este enfoque nos permite conectar mejor con audiencias diversas, acelerar el time to market y optimizar la inversión sin renunciar a la coherencia creativa" señala Daniel Díez de Dios, VP de Transformación en Monks.

Con esta campaña, Milanuncios aborda la percepción de ser únicamente un espacio para transacciones puntuales, y consolida su imagen como un marketplace abierto, real y versátil, capaz de satisfacer casi cualquier necesidad o deseo.

FICHA TÉCNICA

Cliente

Anunciante: Adevinta

Marca: [Milanuncios](#)

Directora de marca: Magalí Rey

Responsable estratégica de marca: Marta Machado

Responsable de marca: Carolina Maldonado

Agencia

Agencia: [Monks](#) (Madrid)

Director creativo de grupo: Javier Iglesias

Supervisor creativo: Mario Gismera

Redactores: Nicolás de Michele, Sheila Orro

Head of art: Hugo Costa

Directora de cuentas: Macarena Cenalmor

Producer de agencia / Especialista de IA: Guido Belforte

Director de IA / AV: Pablo Sebastián

Editor de IA / AV: Enrico Varagnolo

Director de estrategia: Jaime Mougan

Responsable de contenido: Antonio Ruiz

Supervisor de contenido: Marcos Astorga

PARA MÁS INFORMACIÓN

Sala de prensa

prensa.milanuncios@adevinta.com

<https://milanuncios.com/prensa>