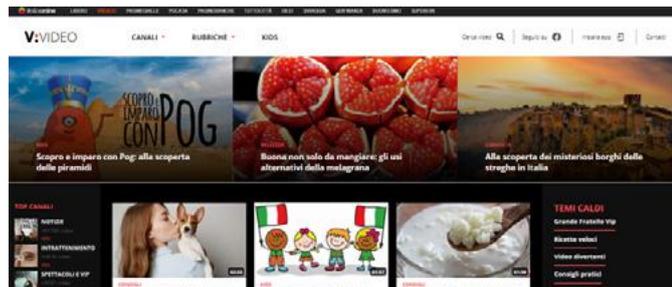




Eventi IAB Forum 2020: "Welcome to Metaverse" secondo Alec Ross, Riccardo Zacconi e Valentina Sumini

3



Aziende Virgilio Video è tutto nuovo; e debutta il Preroll+

10

Editoria

Lab24: al via su IlSole24Ore.com la dashboard sulle elezioni Usa e una newsletter settimanale



27

5 Mercato Quantcast in crescita in Italia e annuncia importanti nomine: Andrea Cocco e Greta Gilardi

Strategie Prime Real Time si evolve e diventa DigitalBloom: tutte le novità e i commenti

7

19 Incarichi Sunstar GUM sceglie Caffaina come Digital Partner per il 2020

Target automotive? Noi lo conosciamo bene!

Pagine viste: Web 236 milioni - App 330 milioni
Visitatori unici: Web 7.2 milioni - App 1.2 milioni
Visite: Web 21.6 milioni - App 15 milioni
Permanenza media Web & App: 7 minuti

Fonte: Google Analytics gennaio 2020 - App (iOS + Android)

AutoScout24 Italia S.r.l. - Via Pordenone 8, 20132 Milano (MI)
Sales Director: Michele Mango, +39 02 21080829 - michele.mango@autoscout24.com - www.autoscout24.it
WebAds Srl - Via Olmetto, 21, 20123 Milano (MI), +39 02 92889700 - info@webads.it - www.webads.it

Mercato Prime Real Time si evolve e diventa DigitalBloom

Rinnovamento per nome, logo, filosofia e approccio al programmatic selling per affrontare al meglio le sfide del futuro

Cambio di passo per l'azienda parte di Triboo, gruppo attivo nel settore digitale quotato sul mercato MTA di Borsa Italiana, dedicata al programmatic advertising. Prime Real Time, oggi DigitalBloom, porta a compimento un progetto concepito e studiato al fine di posizionarsi come leader nella filiera del programmatic advertising. Metamorfosi è la parola corretta per spiegare l'evoluzione da concessionaria a Ad Tech Partner; la finalità di questo cambiamento è quella di metter a fattor comune dei tanti editori e concessionarie l'esperienza e le soluzioni tecnologiche di cui DigitalBloom è in possesso. DigitalBloom si posiziona come leader del settore in Italia, mantenendo uno sguardo alla trasformazione della domanda, sempre più esigente in fatto di KPI tecnicamente complessi da ottenere e certificare.

CAMBIO DI PASSO

La nuova filosofia consiste nel costruire un marketplace KPI-based puntando soprattutto su progetti editoriali capaci di creare engagement e fidelizzazione con i propri utenti. La logica con la quale si vuole lavorare al fianco degli editori non è incentrata sulla dimensione ma sulla qualità, sicuramente garantita dalle partnership tecnologiche instaurate negli ultimi anni da DigitalBloom. Le requests che inviamo nei nostri marketplace rispondono all'acronimo

DIGITALBLOOM

V.O.I.C.E.: Viewable, Optimized, Interactive, Contextual, Eligible. DigitalBloom interpreta con grande flessibilità il proprio ruolo: lavorare al fianco dell'editore, dotandolo di servizi, competenze, know-how, tecnologie e consapevolezza con cui costruire un percorso preciso e mirato anche solo per ottenere una revenue stream più ambiziosa. Le formule di collaborazione sono chiamate "Programmi di remunerazione" e possono essere: Full, Light, Ad Tech Enable, di Consulenza o di Formazione.

LE CONFERME

"Dentro DigitalBloom portiamo tutto il meglio del nostro passato – afferma Cristina Pianura, che ha guidato il progetto – in uno spirito di rifioritura e rigenerazione tipico della natura che riprende a respirare subito dopo l'inverno. Resta confermata la partnership esclusiva con Browsi, azienda internazionale di Viewability Predictor, la collaborazione con la neonata Shinystat SpA alla base del nostro cavallo di battaglia nell'offerta Video, il Viewmax, la relazione con Spreaker e Ansa Voice nel Programmatic Audio. A questo uniamo le neonate partnership con LiveRamp e Triton Digital, con i quali siamo primi in Italia a collaborare in qualità di marketplace".



ISCRIVITI SUBITO!
EARLY BIRD fino al 25 ottobre

MAIN SPONSOR



GOLD SPONSOR



PLATINUM SPONSOR

