

RASSEGNA STAMPA

Settembre 2017

Audiens amplia la propria offerta integrando i dati raccolti
dal sistema di pagamento di Onebip

INDICE

2017.09.27 **ADCGROUP.IT**

AUDIENS AMPLIA OFFERTA CON I DATI RACCOLTI DAL SISTEMA ONEBIP

2017.09.27 **DAILY NET**

AUDIENS AMPLIA OFFERTA CON I DATI RACCOLTI DAL SISTEMA ONEBIP

2017.09.27 **ECOMMERCEMONITOR.IT**

AUDIENS CON ONEBIP VA A CACCIA DEI RAGAZZI DELLA GENERAZIONE Z

2017.09.27 **PUBBLICITA' ITALIA TODAY**

AUDIENS SIGLA UN ACCORDO CON ONEBIP

2017.09.27 **PUBBLICITAITALIA.IT**

AUDIENS STRINGE UNA PARTNERSHIP CON ONEBIP

2017.09.27 **YOUMARK.IT**

GRUPPO DIGITOUCH, AUDIENS AMPLIA LA PROPRIA OFFERTA INTEGRANDO I DATI RACCOLTI DAL SISTEMA DI PAGAMENTO ONEBIP

2017.09.26 **ADVFN.COM**

DIGITOUCH: AUDIENS MIRA A 'GENERAZIONE Z' E INTEGRA DATI ONEBIP

2017.09.26 **MARKETINSIGHT.IT**

DIGITOUCH (AIM) ACCORDO AUDIENS-ONEBIP PER PROFILARE PUBBLICO DELLA GENERAZIONE Z

2017.09.26 **MEDIAKEY.TV**

AUDIENS AMPLIA LA PROPRIA OFFERTA INTEGRANDO I DATI RACCOLTI DAL SISTEMA DI PAGAMENTO DI ONEBIP

2017.09.26 **MILANOFINANZA.IT**

DIGITOUCH: AUDIENS MIRA A 'GENERAZIONE Z' E INTEGRA DATI ONEBIP

2017.09.26 **PROGRAMMATIC-ITALIA.COM**

AUDIENS INTEGRA I DATI RACCOLTI DAL SISTEMA DI PAGAMENTO DI ONEBIP

2017.09.26 **TGCOM24.MEDIASET.IT**

DIGITOUCH: AUDIENS MIRA A 'GENERAZIONE Z' E INTEGRA DATI ONEBIP

2017.09.26 **WEBSIM.IT**

DIGITOUCH – ACCORDO NEL FINTECH

AUDIENS AMPLIA OFFERTA CON I DATI RACCOLTI DAL SISTEMA ONEBIP

L'accordo permette alla tech company italiana di estendere la profilazione a segmenti di pubblico della cosiddetta Generazione Z, Con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati Audiens, società italiana che ha sviluppato l'omonima piattaforma

di data management, ha stretto un accordo con Onebip, uno dei principali sistemi di mobile payment attivo in oltre 50 paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo, e ha integrato per la prima volta nella sua piattaforma i dati raccolti da un sistema di pagamento. Onebip è una soluzione pensata per i micro pagamenti legati all'acquisto

di prodotti e servizi digitali, quali giochi online, video, musica e dating. A differenza di altri operatori di mobile payment, questa piattaforma offre la possibilità di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito. Questa particolarità fa di Onebip una delle soluzioni più utilizzate dai dalla cosiddetta Generazione Z. Si tratta della prima generazione nativa digitale della storia, che copre una fascia di pubblico che va dai 6 ai 21 anni e che conta in Italia 8,6 milioni di utenti.

Grazie a questo accordo sarà possibile per i brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens (quali Adform, DoubleClick, AppNexus, etc.) attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato. «Siamo molto soddisfatti di questo accordo perché Onebip è il

primo sistema di pagamento a cui ci integriamo e ci consente di elaborare dati in forma anonima relativi alle abitudini di acquisto online. Inoltre questa collaborazione ci apre

le porte a segmenti di pubblico nuovi per la nostra piattaforma: la Generazione Z rappresenta il target del futuro, quello che nei prossimi anni influenzerà di più le strategie di digital marketing delle aziende. Disporre già oggi di dati su questo pubblico offre un ulteriore vantaggio competitivo alla nostra soluzione», afferma Marko Maras, co-founder di

Audiens. «Siamo convinti che la collaborazione con Audiens fornirà uno stimolo positivo alla nostra azienda: l'analisi in forma strutturata dei comportamenti e delle

abitudini di acquisto è fondamentale per offrire un servizio sempre migliore ed ulteriormente customizzato sulle esigenze dei nostri utenti», Mauro Basilico, CEO di Onebip.

Mercato Audiens amplia offerta con i dati raccolti dal sistema Onebip

L'ACCORDO PERMETTE ALLA TECH COMPANY DI ESTENDERE LA PROFILAZIONE A SEGMENTI DI PUBBLICO DELLA COSIDDETTA GENERAZIONE Z

6

Mercato Audiens amplia la propria offerta integrando i dati raccolti dal sistema di pagamento di Onebip

L'accordo permette alla tech company italiana di estendere la profilazione verso segmenti di pubblico appartenenti alla cosiddetta Generazione Z



MARKO MARAS

Con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati, Audiens, società Italiana che ha sviluppato l'omonima piattaforma di data management, ha stretto un accordo con Onebip, uno dei principali sistemi di mobile payment attivo in oltre 50 paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo, e ha integrato per la prima volta nella sua piattaforma i dati raccolti da

un sistema di pagamento.

MICROPAGAMENTI IN DIMENSIONE DIGITALE

Onebip è una soluzione pensata per i micro pagamenti legati all'acquisto di prodotti e servizi digitali, quali giochi online, video, musica e dating. A differenza di altri operatori di mobile payment, questa piattaforma offre la possibilità di effettuare pagamenti onli-

ne appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito. Questa particolarità fa di Onebip una delle soluzioni più utilizzate dai dalla cosiddetta Generazione Z. Si tratta della prima generazione nativa digitale della storia, che copre una fascia di pubblico che va dai 6 ai 21 anni e che conta in Italia 8,6 milioni di utenti.

OPERAZIONI PIÙ SEMPLICI E IMMEDIATE

Grazie all'accordo sarà possibile per i brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens (quali Adform, DoubleClick, AppNexus, etc.) attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato.

SEGMENTI DI PUBBLICO INEDITI

"La collaborazione ci apre le porte a segmenti di pubblico nuovi per la nostra piattaforma: la Generazione Z rappresenta il target del futuro, quello che nei prossimi anni influenzerà di più le strategie di digital marketing delle aziende", afferma Marko Maras, co-founder di Audiens.

DailyNet magazine preview featuring articles on Glomex, Audiens, and other tech topics.

DailyNet magazine preview featuring an advertisement for Skuola.net, a platform for students.

AUDIENS CON ONEBIP VA A CACCIA DEI RAGAZZI DELLA GENERAZIONE Z

Audiens amplia la propria offerta integrando i dati raccolti dal sistema di pagamento di Onebip, uno dei principali sistemi di mobile payment attivo in oltre 50 Paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo. L'accordo permette alla tech company italiana, parte del Gruppo DigiTouch, di estendere la profilazione a segmenti di pubblico della cosiddetta Generazione Z.

Audiens va così a integrare per la prima volta nella sua piattaforma di data management i dati raccolti da un sistema di pagamento. Onebip, in particolare, è una soluzione pensata per i micro pagamenti legati all'acquisto di prodotti e servizi digitali, quali giochi online, video, musica e dating. A differenza di altri operatori di mobile payment, questa piattaforma offre la possibilità di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito.

Questa particolarità fa di Onebip una delle soluzioni più utilizzate dalla cosiddetta Generazione Z. Si tratta della prima generazione nativa digitale della storia, che copre una fascia di pubblico che va dai 6 ai 21 anni e che conta in Italia 8,6 milioni di utenti. Grazie a questo accordo sarà possibile per i brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens (quali Adform, DoubleClick, AppNexus, etc.) attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato.

“Siamo molto soddisfatti di questo accordo perché Onebip è il primo sistema di pagamento a cui ci integriamo e ci consente di elaborare dati in forma anonima relativi alle abitudini di acquisto online”, ha commentato Marko Maras, co-founder di Audiens. “Inoltre questa collaborazione ci apre le porte a segmenti di pubblico nuovi per la nostra piattaforma: la Generazione Z rappresenta il target del futuro, quello che nei prossimi anni influenzerà di più le strategie di digital marketing delle aziende. Disporre già oggi di dati su questo pubblico offre un ulteriore vantaggio competitivo alla nostra soluzione”. Ha aggiunto Mauro Basilico, Ceo di Onebip: “Siamo convinti che la collaborazione con Audiens fornirà uno stimolo positivo alla nostra azienda: l'analisi in forma strutturata dei comportamenti e delle abitudini di acquisto è fondamentale per offrire un servizio sempre migliore ed ulteriormente customizzato sulle esigenze dei nostri utenti”

PARTNERSHIP

AUDIENS SIGLA UN ACCORDO CON ONEBIP

La società del Gruppo DigiTouch ha l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati

pag 19

A CACCIA DELLA GENERAZIONE Z

AUDIENS STRINGE UNA PARTNERSHIP CON ONEBIP



Marko Maras, co-founder di Audiens

Con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati **Audiens**, società italiana, parte del **Gruppo DigiTouch**, che ha sviluppato l'omonima piattaforma di data management, ha stretto un accordo con **Onebip**, uno dei principali sistemi di mobile payment attivo in oltre 50 Paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo, e ha integrato per la prima volta nella sua piattaforma i dati raccolti da un sistema di pagamento. Onebip è una

soluzione pensata per i micro pagamenti legati all'acquisto di prodotti e servizi digitali, quali giochi online, video, musica e dating. A differenza di altri operatori di mobile payment, questa piattaforma offre la possibilità di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito. Questa particolarità fa di Onebip una delle soluzioni più utilizzate dai dalla cosiddetta Genera-

zione Z. Si tratta della prima generazione nativa digitale della storia, che copre una fascia di pubblico che va dai 6 ai 21 anni e che conta in Italia 8,6 milioni di utenti. Grazie a questo accordo sarà possibile per i brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens (quali Adform, DoubleClick, AppNexus, etc.) attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato.



Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze, Tvn Media Group - Tvn S.r.l. e i suoi partner utilizzano cookies, anche di terze parti. Chiudendo questo banner acconsenti al loro impiego in conformita' alla nostra Cookie Policy. **Maggiori Informazioni** **Ok**



CHI SIAMO CONTATTI ABBONAMENTI



Il Today

Il Mensile

Multimedia

News Alert

cerca in Pubblicitaitalia.it

CREATIVITY | MARKETING | MEDIA DIGITAL PITCH | WORLD | PEOPLE | DATACENTER | GUEST ROOM

/ partnership

AUDIENS STRINGE UNA PARTNERSHIP CON ONEBIP

27 SETTEMBRE 2017



MARKO MARAS, CO-FOUNDER DI AUDIENS

Con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati **Audiens**, società italiana, parte del **Gruppo DigiTouch**, che ha sviluppato l'omonima piattaforma di data management, ha stretto un accordo con **Onebip**, uno dei principali sistemi di mobile payment attivo in oltre 50 Paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo, e ha integrato per la prima volta nella sua piattaforma i dati raccolti da un sistema di pagamento.

Onebip è una soluzione pensata per i micro pagamenti legati all'acquisto di prodotti e servizi digitali, quali giochi online, video, musica e dating.

A differenza di altri operatori di mobile payment, questa piattaforma offre la possibilità di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito. Questa particolarità fa di Onebip una delle soluzioni più utilizzate dai dalla cosiddetta Generazione Z.

Si tratta della prima generazione nativa digitale della storia, che copre una fascia di pubblico che va dai 6 ai 21 anni e che conta in Italia 8,6 milioni di utenti. Grazie a questo accordo sarà possibile per i brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens (quali Adform, DoubleClick, AppNexus, etc.) attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato.



Sfoggia l'anteprima online del Mensile

Condividi

GRUPPO DIGITOUCH, AUDIENS AMPLIA LA PROPRIA OFFERTA INTEGRANDO I DATI RACCOLTI DAL SISTEMA DI PAGAME

27Sep Con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati Audiens, società italiana che ha sviluppato l'omonima piattaforma di data management, ha stretto un accordo con Onebip, sistema di mobile payment attivo in oltre 50 paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo, e ha integrato nella sua piattaforma i dati raccolti da un sistema di pagamento.

Onebip è una soluzione pensata per i micro pagamenti legati all'acquisto di prodotti e servizi digitali, quali giochi online, video, musica e dating. Offre la possibilità di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito, coprendo in particolare una fascia di età che va dai 6 ai 21 anni.

Grazie a questo accordo sarà possibile per i brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens (quali Adform, DoubleClick, AppNexus) attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato.

Nella foto Marko Maras, co-founder di Audiens



26/09/2017 11:58:11

0422 1695358

Iscrizione Gratuita

Login

Monitor

Quotazioni

Grafici

Book

Desktop

Portafoglio

Notifiche

Toplist

Notizie

Follow Feed

Forum

Titoli di Stato

Materie Prime

Forex

B

Panoramica

CFD

Rating

Ricerca Quotazioni



Quotazione

Grafico

Book

Ordini

Notizie

Dividendi

Bilanci

Storico

Digitouch (BIT)

BIT:DGT

Ok

DigiTouch: Audiens mira a 'Generazione Z' e integra dati Onebip

Data : 26/09/2017 @ 11:44

Fonte : MF Dow Jones (Italiano)

Titolo : Digitouch (DGT)

Quotazione : + 1.4 -0.002 (-0.14%) @ 10:57

[Quotazione Digitouch](#)[Grafico](#)

DigiTouch: Audiens mira a 'Generazione Z' e integra dati Onebip

Audiens, con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati alle nuove generazioni, ha siglato un accordo con Onebip, uno dei principali sistemi di mobile payment, per integrare nella sua piattaforma i dati raccolti da un sistema di pagamento.

Audiens, azienda che ha sviluppato una piattaforma di data management, fa parte del gruppo DigiTouch, player quotato sull'Aim Italia e attivo nel digital marketing.

Il contratto siglato con Onebip, attivo in oltre 50 paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo, permetterà ai brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens - quali Adform, DoubleClick, AppNexus - di attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato.

Onebip è una soluzione pensata per i micro pagamenti legati a prodotti e servizi digitali e, a differenza di altri operatori di mobile payment,

la piattaforma offre la possibilità di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito.

"Siamo molto soddisfatti di questo accordo perché Onebip è il primo sistema di pagamento a cui ci integriamo e ci consente di elaborare dati in forma anonima relativi alle abitudini di acquisto online", ha spiegato il Ceo e co-founder di Audiens, Marko Maras, aggiungendo che "questa collaborazione ci apre le porte a segmenti di pubblico nuovi per la nostra piattaforma, come la 'Generazione Z', che rappresenta il target del futuro, quello che nei prossimi anni influenzerà di più le strategie di digital marketing delle aziende.

com/gtd

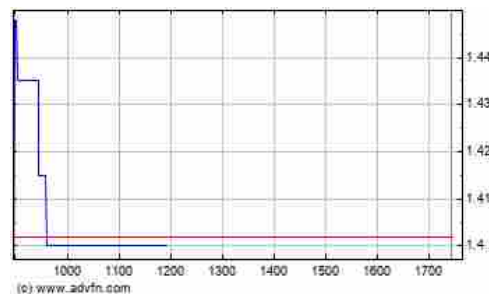
(END) Dow Jones Newswires

September 26, 2017 05:29 ET (09:29 GMT)

Copyright (c) 2017 MF-Dow Jones News Srl.

Grafico Azioni Digitouch (BIT:DGT)
Intraday

Oggi : Martedì 26 Settembre 2017



(c) www.advfn.com

DIGITOUCH (AIM) – ACCORDO AUDIENS-ONEBIP PER PROFILARE PUBBLICO DELLA GENERAZIONE Z

26/09/2017

3

Audiens, società del gruppo DigiTouch che ha sviluppato una data management platform proprietaria, ha stretto un accordo con Onebip al fine di integrare nella propria piattaforma i dati raccolti dal sistema di mobile payment attivo in oltre 50 paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo.

Onebip è pensata per micro pagamenti legati all'acquisto di prodotti e servizi digitali (giochi online, video, musica e dating) attraverso l'utilizzo del credito telefonico, senza associazione con conti bancari o carte di credito. Questa particolarità la rende una delle soluzioni più utilizzate dalla cosiddetta Generazione Z, la prima generazione nativa digitale della storia. Una fascia di pubblico che va dai 6 ai 21 anni e conta in Italia 8,6 milioni di utenti.

Grazie all'accordo sarà possibile per i brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens (Adform, DoubleClick, AppNexus, etc.) attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato.

In questo modo Audiens potrà raccogliere informazioni relative alle abitudini di acquisto online del "target del futuro", come definito da Marko Maras, co-founder di Audiens, "che nei prossimi anni influenzerà di più le strategie di digital marketing delle aziende. Disporre già oggi di dati su questo pubblico offre un ulteriore vantaggio competitivo alla nostra soluzione" conclude lo stesso Maras.

AZIENDE DigiTouch

CONDIVIDI

f Facebook

Twitter

Lettera all'Investitore

RECORDATI – ESPANSIONE SUI
MERCATI E NUOVI PRODOTTI
ALLA BASE DELLA CRESCITA

25/09/2017

TECNOINVESTIMENTI – UNA
CRESCITA RAPIDA E DINAMICA
ANCHE PER LINEE ESTERNE

22/09/2017

ASCOPIAVE – ANNO RECORD IN
BORSA IN VISTA DELLE GARE DEL
2018

20/09/2017

Analisi e Approfondimenti:

UNICREDIT – I DATI E GLI
SCENARI DI UN MERGER CON
COMMERZBANK

22/09/2017

PIAGGIO – NELLO SCETTICISMO
SI CREANO OPPORTUNITÀ

19/09/2017

BANCHE – BALZA L'UTILE NETTO
NORMALIZZATO (+42%) NEL
PRIMO SEMESTRE 2017

19/09/2017

Editoriali:

26 settembre 2017

Audiens amplia la propria offerta integrando i dati raccolti dal sistema di pagamento di Onebip

Categoria: Aziende, carriere e mercati, Comunicazione online, siti e concorsi web



Con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati Audiens, società Italiana che ha sviluppato l'omonima piattaforma di data management, ha stretto un accordo con Onebip, uno dei principali sistemi di mobile payment attivo in oltre 50 paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo, e ha integrato per la prima volta nella sua piattaforma i dati raccolti da un sistema di pagamento.

Onebip è una soluzione pensata per i micro pagamenti legati all'acquisto di prodotti e servizi digitali, quali giochi online, video, musica e dating. A differenza di altri operatori di mobile payment, questa piattaforma offre la possibilità di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associati a conti bancari o a carte di credito. Questa particolarità fa

di Onebip una delle soluzioni più utilizzate dai dalla cosiddetta Generazione Z. Si tratta della prima generazione nativa digitale della storia, che copre una fascia di pubblico che va dai 6 ai 21 anni e che conta in Italia 8,6 milioni di utenti.

Grazie a questo accordo sarà possibile per i brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens (quali Adform, DoubleClick, AppNexus, etc.) attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato.

«Siamo molto soddisfatti di questo accordo perché Onebip è il primo sistema di pagamento a cui ci integriamo e ci consente di elaborare dati in forma anonima relativi alle abitudini di acquisto online. Inoltre questa collaborazione ci apre le porte a segmenti di pubblico nuovi per la nostra piattaforma: la Generazione Z rappresenta il target del futuro, quello che nei prossimi anni influenzerà di più le strategie di digital marketing delle aziende. Disporre già oggi di dati su questo pubblico offre un ulteriore vantaggio competitivo alla nostra soluzione», afferma Marko Maras, co-founder di Audiens.

«Siamo convinti che la collaborazione con Audiens fornirà uno stimolo positivo alla nostra azienda: l'analisi in forma strutturata dei comportamenti e delle abitudini di acquisto è fondamentale per offrire un servizio sempre migliore ed ulteriormente customizzato sulle esigenze dei nostri utenti», Mauro Basilico, CEO di Onebip.

« [Randstad sceglie Grey. Tech&Touch,...](#) [Be: Nasce il nuovo polo ICT e BPO](#)
<- [Indietro a: News](#)

GLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE[STUDIO WIKI](#)[TEND](#)[TICIA ARIGO ADVERTISING](#)[TIMMAGINE](#)[TRUE COMPANY](#)[WE ARE SOCIAL](#)[ZERO](#)[AGENZIE MEDIA](#)[MAXUS](#)[MEDIA ITALIA](#)[ZENITH](#)[CASE DI PRODUZIONE AUDIO](#)[DISC TO DISC](#)[FOXTROT](#)[PEPERONCINO STUDIO](#)[CLICCA QUI PER VEDERE TUTTI GLI OPERATORI](#)

Questo sito contribuisce alla audience di



articoli quotazioni video

Cerca



GIORNALE & TV-PRIMI IN BUSINESS & FINANZA



Accedi



Registrati



Abbonati

Newsletter

Status Utente

Martedì 26 Settembre 2017 - Ore 12:14

Home Edicola Italia Europa Mondo MF DJ Mercati Strumenti In Gestione Tecnologia Lifestyle Opinioni Investimenti Live TV

NEWS

26/09/2017 11:29

TUTTE LE NEWS

INDIETRO

MF DOW JONES

DigiTouch: Audiens mira a 'Generazione Z' e integra dati Onebip



VOTA ★★★★★ 0 VOTI

MILANO (MF-DJ)--Audiens, con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati alle nuove generazioni, ha siglato un accordo con Onebip, uno dei principali sistemi di mobile payment, per integrare nella sua piattaforma i dati raccolti da un sistema di pagamento. Audiens, azienda che ha sviluppato una piattaforma di data management, fa parte del gruppo DigiTouch, player quotato sull'Aim Italia e attivo nel digital marketing. Il contratto siglato con Onebip, attivo in oltre 50 paesi e collegato a

piu' di 200 operatori mobili nel mondo, permettera' ai brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens - quali Adform, DoubleClick, AppNexus - di attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato. Onebip e' una soluzione pensata per i micro pagamenti legati a prodotti e servizi digitali e, a differenza di altri operatori di mobile payment, la piattaforma offre la possibilita' di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito. "Siamo molto soddisfatti di questo accordo perche' Onebip e' il primo sistema di pagamento a cui ci integriamo e ci consente di elaborare dati in forma anonima relativi alle abitudini di acquisto online", ha spiegato il Ceo e co-founder di Audiens, Marko Maras, aggiungendo che "questa collaborazione ci apre le porte a segmenti di pubblico nuovi per la nostra piattaforma, come la 'Generazione Z', che rappresenta il target del futuro, quello che nei prossimi anni influenzerà di piu' le strategie di digital marketing delle aziende. com/gtd (fine)

MF-DJ NEWS



Onebip segmenti piattaforma dati Audiens Generazione

Potrebbero interessarti anche

cerca case e appartamenti

Inserisci comune

TROVA

Le News più lette

Tutte

1. I titoli oil sostengono Piazza Affari, parola alla Fed
26/09/2017
2. FtseMib future: spunti operativi per martedì 26 settembre
26/09/2017
3. Mps, Equita: vale 4,3 euro, DTA gli asset di maggior valore
26/09/2017
4. Rbc, i titoli auriferi che brilleranno di più
26/09/2017
5. L'abolizione dell'Obamacare non passa, altro colpo per Trump
26/09/2017

Le News piu' commentate

Tutte

1. Unicredit: nuovo allungo dopo la tenuta di 17,50 euro
18/09/2017
2. Dax future: supporto intraday a quota 12.485 punti
13/09/2017
3. Dax future: una pericolosa ondata ribassista
30/08/2017
4. Dax future: resistenza in area 12.560-12.565 punti
14/09/2017

AUDIENS INTEGRA I DATI RACCOLTI DAL SISTEMA DI PAGAMENTO DI ONEBIP

La data management Platform del Gruppo Digitouch, Co-fondata da Marlo Maras, amplia così la propria offerta di segmenti profilati. Con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati, Audiens ha stretto un accordo con Onebip, uno dei principali sistemi di mobile payment attivo in oltre 50 paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo, e ha integrato per la prima volta nella sua piattaforma i dati raccolti da un sistema di pagamento.

Onebip è una soluzione pensata per i micro pagamenti legati all'acquisto di prodotti e servizi digitali, quali giochi online, video, musica e incontri. A differenza di altri operatori, questa piattaforma offre la possibilità di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito. Questa particolarità fa di Onebip una delle soluzioni più utilizzate dai dalla cosiddetta Generazione Z. Si tratta della prima generazione nativa digitale della storia, che copre una fascia di pubblico che va dai 6 ai 21 anni e che conta in Italia 8,6 milioni di utenti.

Grazie a questo accordo sarà possibile per i brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens (quali Adform, DoubleClick, AppNexus, etc.) attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato.

«Siamo molto soddisfatti di questo accordo perché Onebip è il primo sistema di pagamento a cui ci integriamo e ci consente di elaborare dati in forma anonima relativi alle abitudini di acquisto online. Inoltre questa collaborazione ci apre le porte a segmenti di pubblico nuovi per la nostra piattaforma: la Generazione Z rappresenta il target del futuro, quello che nei prossimi anni influenzerà di più le strategie di digital marketing delle aziende. Disporre già oggi di dati su questo pubblico offre un ulteriore vantaggio competitivo alla nostra soluzione», afferma Marko Maras, co-founder di Audiens.

«Siamo convinti che la collaborazione con Audiens fornirà uno stimolo positivo alla nostra azienda: l'analisi in forma strutturata dei comportamenti e delle abitudini di acquisto è fondamentale per offrire un servizio sempre migliore ed ulteriormente customizzato sulle esigenze dei nostri utenti», Mauro Basilico, CEO di Onebip.

> [Tgcom24](#) > [Economia](#) > [News d'agenzia](#) > [DigiTouch: Audiens mira a 'Generazione Z' e integra dati Onebip](#)

Quotazioni Borsa
News d'agenzia
Mf-Dow Jones
Caldissime MF
Focus Ipo
Commenti Borsa
Comm. Borse Estere
Indici Borse estere
Fondi comuni
Euro e valute
Tassi
Fisco
Petrolio
In collaborazione con 
Cerca Titoli
Milano - Azioni *
Invia
Note sull'utilizzo dei dati

MF-DOW JONES NEWS

< Indietro

DIGITOUCH: AUDIENS MIRA A 'GENERAZIONE Z' E INTEGRA DATI ONEBIP

26/09/2017 11:29

MILANO (MF-DJ)--Audiens, con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati alle nuove generazioni, ha siglato un accordo con Onebip, uno dei principali sistemi di mobile payment, per integrare nella sua piattaforma i dati raccolti da un sistema di pagamento. Audiens, azienda che ha sviluppato una piattaforma di data management, fa parte del gruppo DigiTouch, player quotato sull'Aim Italia e attivo nel digital marketing. Il contratto siglato con Onebip, attivo in oltre 50 paesi e collegato a piu' di 200 operatori mobili nel mondo, permettera' ai brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens - quali Adform, DoubleClick, AppNexus - di attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato. Onebip e' una soluzione pensata per i micro pagamenti legati a prodotti e servizi digitali e, a differenza di altri operatori di mobile payment, la piattaforma offre la possibilita' di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito. "Siamo molto soddisfatti di questo accordo perche' Onebip e' il primo sistema di pagamento a cui ci integriamo e ci consente di elaborare dati in forma anonima relativi alle abitudini di acquisto online", ha spiegato il Ceo e co-founder di Audiens, Marko Maras, aggiungendo che "questa collaborazione ci apre le porte a segmenti di pubblico nuovi per la nostra piattaforma, come la 'Generazione Z', che rappresenta il target del futuro, quello che nei prossimi anni influenzerà di piu' le strategie di digital marketing delle aziende. com/gtd (fine) MF-DJ NEWS

Strumenti

 Stampa

Condividi        

	Invia
Ricerca avanzata News	
Help	

Le News piu' lette

1. Nautica, presentate a Genova le giornate dell'economia del mare di Gaeta 25/09/2017
2. Piazza Affari maglia nera, il petrolio spinge gli energetici 25/09/2017
3. BORSA I. Equity Mtf: banche contrastate, Tod'S in calo 25/09/2017
4. BORSA: commento di preapertura 26/09/2017
5. BORSE UE: partenza attesa debole per azionario 26/09/2017

pubblicità



DIGITOUCH – ACCORDO NEL FINTECH

♡ 0

26 SETTEMBRE 2017

BY REDAZIONE WEBSIM ACTION IN IN EVIDENZA, SMALL CAP

Digitouch, gruppo milanese di digital advertising, potrebbe mettersi in luce in Borsa.

Con l'obiettivo di ampliare la propria offerta di segmenti profilati Audiens, società del gruppo che ha sviluppato l'omonima piattaforma di data management, ha stretto un accordo con Onebip, uno dei principali sistemi di mobile payment attivo in oltre 50 paesi e collegato a più di 200 operatori mobili nel mondo, e ha integrato per la prima volta nella sua piattaforma i dati raccolti da un sistema di pagamento.

Onebip è una soluzione pensata per i micro pagamenti legati all'acquisto di prodotti e servizi digitali, quali giochi online, video, musica e dating. A differenza di altri operatori di mobile payment, questa piattaforma offre la possibilità di effettuare pagamenti online appoggiandosi al credito telefonico, senza bisogno di essere associata a conti bancari o a carte di credito. Questa particolarità fa di Onebip una delle soluzioni più utilizzate dai dalla cosiddetta Generazione Z. Si tratta della prima generazione nativa digitale della storia, che copre una fascia di pubblico che va dai 6 ai 21 anni e che conta in Italia 8,6 milioni di utenti. Grazie a questo accordo sarà possibile per i brand e le agenzie che pianificano campagne digitali all'interno dei canali supportati da Audiens (quali Adform, DoubleClick, AppNexus, etc.) attivare questi segmenti di pubblico in modo semplice e immediato.

Da inizio anno titolo +18%.

Ricordiamo che pochi giorni fa Unieuro [UNIR.MI], il maggiore distributore omnicanale di elettronica di consumo ed elettrodomestici per numero di punti vendita in Italia, ha scelto Audiens, società del gruppo Digitouch che ha sviluppato una piattaforma di data management, come partner tecnologico per la gestione e l'attivazione dei dati raccolti attraverso i principali punti di contatto tra il brand e i suoi clienti.

GRUPPO
DIGITOUCH

<http://www.websimaction.it/?p=13826>