

RASSEGNA STAMPA

Giugno 2017

**Audiens lancia la nuova piattaforma
per la gestione di campagne data-driven**

INDICE

2017.06.15 **Affaritaliani.it**

MEDIASET, AMPLIFON, CAMPARI, DIGITOUCH E... AFFARI A PIAZZA AFFARI

2017.06.14 **Daily Net**

PROGRAMMATIC AUDIENS PRESENTA PIATTAFORMA PER ADV DATA-DRIVEN

2017.06.14 **WebSim**

DIGITOUCH - NUOVA PIATTAFORMA PER LE CAMPAGNE PUBBLICITARIE ONLINE

2017.06.14 - **Brand-news.it**

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

2017.06.14 - **Pubbli.comnow!**

AUDIENS LANCIA LA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

2017.06.14 – **Pubblicità Italia Today**

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

2017.06.14 - **Pubblicitaitalia.it**

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

2017.06.14 - **Firstonline**

citazione nell'articolo "Effetto Fed sui bond europei. Utility ok, banche contrastate" di Ugo Bertone

2017.06.13 **Adcgroup.it**

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE ADVERTISING DATA-DRIVEN

2017.06.13 **Advertiser.it**

LE CAMPAGNE DATA-DRIVEN PROTAGONISTE DELLA NUOVA SOLUZIONE TARGATA AUDIENS

2017.06.13 **Advfn.com**

DIGITOUCH: AUDIENS LANCIA PIATTAFORMA GESTIONE CAMPAGNE DATA-DRIVEN

2017.06.13 **Dailyonline.it**

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

2017.06.13 **Marketinsight.it**

DIGITOUCH (AIM) NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

2017.06.13 **Mediakey.tv**

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN



2017.06.13 **Milanofinanza.it**

DIGITOUCH: AUDIENS LANCIA PIATTAFORMA GESTIONE CAMPAGNE DATA-DRIVEN

2017.06.13 **Programmatic-italia.com**

AUDIENS LANCIA UNA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

2017.06.13 **TgCom24.Mediaset.it**

DIGITOUCH: AUDIENS LANCIA PIATTAFORMA GESTIONE CAMPAGNE DATA-DRIVEN

2017.06.13 **Youmark.it**

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE ADVERTISING DATA-DRIVEN

Mediaset, Amplifon, Campari, Digitouch e... Affari a Piazza Affari

"Affari a Piazza Affari", le cinque azioni milanesi che fanno impazzire il Mercato

Giovedì, 15 giugno 2017 - 20:01:00



"**Affari a Piazza Affari**", la rubrica realizzata in collaborazione tra *Affaritaliani Milano* e [Websim Action](http://websimaction.it) con le cinque azioni milanesi che fanno impazzire il Mercato:

[Tutte le news e i titoli caldi su websimaction.it](http://websimaction.it)

I cinque titoli "lombardi" della settimana

1) **Mediaset** dice addio ai diritti TV sulla Champions League. Sky si è aggiudicata i diritti della massima competizione Uefa e dell'Europa League per il triennio 2018-2021, con un'offerta annua complessiva di circa 270 milioni di euro. Con un comunicato Mediaset ha reso

noto di aver partecipato all'asta presentando un'offerta più alta di quella presentata nella precedente asta di tre anni fa (vincente, fra 230- 240 milioni di euro) e ha dichiarato che parteciperà in modo competitivo alla prossima gara della Serie A. Questa settimana il titolo del Biscione è in leggero rosso di circa l'1%.

2) Importante riassetto nel capitale di **Amplifon**. Attraverso una procedura di collocamento presso investitori istituzionali, il 4% del capitale è stato venduto dagli azionisti Tamburi Investment Partners (che ha ceduto 3,5 milioni di azioni, pari all'1,55% del capitale) e dalla holding Ampliter, socio di maggioranza di Amplifon, che ha venduto 5,5 milioni di azioni, pari al 2,43% del capitale. Inoltre, è stato siglato un accordo che prevede l'ingresso di TIP nel capitale sociale di Ampliter mediante l'acquisto da Amplifon di quote per un importo di 50 milioni di euro.

3) **Campari** prosegue la sua uscita dal settore del vino fermo. La società sestese ha annunciato di aver siglato un accordo per la cessione dei vini francesi Château de Sancerre a Maison Ackerman per 20,5 milioni di euro, con una valutazione superiore alle medie di settore. Il business ceduto comprende i vini Sancerre, gli immobili, i vigneti, il magazzino, gli impianti per la vinificazione e la produzione. L'operazione ha un impatto molto limitato per i conti di Campari e il management aveva già segnalato la sua intenzione di disinvestire dal business dei vini fermi.

4) Da diverse settimane continua ormai il rally in Borsa di **Falck Renewables**, che scambia ormai nei pressi dei massimi da inizio 2015 ([per tutti i dettagli e la nostra analisi tecnica clicca qui](#)). Le ultime sedute sono state sostenute anche dalla notizia di un accordo con Kemperman& Partners Projecten, consolidato sviluppatore locale di Dronten, la società italiana è ufficialmente attiva nei Paesi Bassi, mercato dove l'attenzione per i temi ambientali è molto alta.

L'accordo prevede come prima iniziativa il co-sviluppo di una pipeline iniziale della capacità produttiva di circa 150 MW ([qui tutti i dettagli](#)).

5) Il gruppo **Digitouch**, specialista milanese del digital advertising, amplia la sua offerta commerciale sui Big Data. La controllata Audiens ha annunciato il lancio di una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance. In dettaglio la piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali ([qui tutti i dettagli](#)). La strategia del gruppo prevede come punto di forza proprio l'offerta di servizi innovativi legati ai big data ([per la nostra analisi fondamentale del titolo clicca qui](#)).

[Tutti i contenuti sono forniti da: websimaction.it](#)

Programmatic Audiens presenta piattaforma per adv data-driven

CON IL RESTYLING E L'IMPLEMENTAZIONE DI FEATURE INEDITE, È POSSIBILE APRIRE UN ACCOUNT IN AUTONOMIA E ATTIVARE IL PROCESSO DI CARICAMENTO DEI DATI



24

Mercato Audiens ha lanciato la nuova piattaforma per la gestione di campagne adv basate sui dati

Con il restyling e l'implementazione di feature inedite, è possibile aprire un account in autonomia e attivare facilmente il processo di caricamento dei dati

Audiens, società nata nel 2014 con l'obiettivo di raccogliere e profilare i dati

delle telco per la loro valorizzazione a fini pubblicitari su mobile, ha lanciato una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati.

Numeri e partner di Audiens

Con oltre 30 milioni di utenti Italiani anonimizzati profilati (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, la nuova piattaforma di Audiens mette ▶

▶ a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali DoubleClick, AppNexus, Adform, The Trade

Desk, Adobe e Adwords.

People-based marketing

A tutti gli effetti la soluzione di Audiens si inserisce in quello che viene chiamato people-based marketing e che permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi per essere sempre più aderenti alle aspettative della propria audience. Nella nuova versione del sito www.audiens.com - appena rilasciata a seguito di un restyling e dell'implementazione di nuove feature del software - è possibile aprire un account in autonomia e attivare facilmente il processo di caricamento dei dati, così da avere in

pochi minuti i dati disponibili per la loro valorizzazione nelle campagne adv online.

DMP as a service

La facilità di integrazione alla piattaforma per i brand è data dalla disponi-

bilità di plugin che semplificano il processo di data onboarding da diverse sorgenti dati: web, mobile e CRM. Per questa caratteristica di elevata accessibilità e fruibilità del tool, la nuova soluzione di Audiens può definirsi una "DMP as a service". L'offerta si declina in tre pacchetti, che si

differenziano per volumi di dati gestiti così da venire incontro alle esigenze di piccole e medie imprese e dei grandi network.

Aziende di qualsiasi dimensioni

"La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali. Grazie a un'offerta modulare Audiens offre, infatti, la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi di-



mensioni che PMI. Attraverso una soluzione media agnostic, quindi indipendente, garantiamo la portabilità dei dati, consentendo l'attivazione dei segmenti sui principali canali di pianificazione online. Il machine learning e lo sviluppo di algoritmi proprietari saranno al centro dei nostri sviluppi futuri in modo da sfruttare al massimo il potenziale dei dati presenti all'interno della piattaforma e migliorare la performance delle campagne dei nostri clienti", afferma Marko Maras, co-founder di Audiens. ■



strategie, analisi, notizie

COSA OFFRIAMO

QUOTAZIONI

FREE AREA

ANALISI FONDAMENTALE

ANALISI TECNICA

ETF DELLA SETTIMANA

SCELTE STRATEGICHE WEBSIM

FTSEMIB A LEVA

TITOLI CALDI

Titoli caldi Websim

↑ DIGITOUCH

DIGITOUCH - Nuova piattaforma per le campagne pubblicitarie online

Ore 08:49

Digitouch [DGT.MI], gruppo milanese di digital advertising, si difende meglio del listino, potrebbe mettersi in luce in Borsa.

La controllata Audiens, società nata nel 2014 con l'obiettivo di raccogliere e profilare i dati delle società di telecomunicazioni per la loro valorizzazione a fini pubblicitari sul cellulare, ha lanciato annunciato il lancio di una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione di dati di prima, seconda e terza parte.

In dettaglio la nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali. Grazie a un'offerta modulare è possibile pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che PMI.

Con oltre 30 milioni di utenti Italiani anonimizzati profilati (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, la nuova piattaforma di Audiens mette a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords.

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

Audiens, società nata nel 2014 con l'obiettivo di raccogliere e profilare i dati delle Telco per la loro valorizzazione a fini pubblicitari su mobile, lancia una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende. Gentile lettore, questo articolo è in un'area riservata ai soli abbonati al quotidiano Brand News. Se sei abbonato puoi accedere con la tua login e password, oppure puoi richiedere informazioni sull'abbonamento e un periodo di prova promozionale scrivendo ad admin@brand-news.it o telefonando allo 393 9367226. Nome utente o indirizzo email Password Ricordami

Audiens lancia la nuova piattaforma per la gestione di campagne data-driven ultima modifica: 2017-06-14T11:41:14+00:00 da editorbrand01

Audiens lancia la piattaforma per la gestione di campagne data-driven



Nata nel 2014 con l'obiettivo di raccogliere e profilare i dati delle telco per la loro valorizzazione a fini pubblicitari su mobile, Audiens lancia una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che deside-

rano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati. Con oltre 30 milioni di utenti italiani anonimizzati profilati (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascol-

tate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, la nuova piattaforma di Audiens mette a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords. A tutti gli effetti la soluzione di Audiens si inserisce in quello che viene chiamato people-based marketing e che permette alle aziende di aumentare le performan-

ce delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi per essere sempre più aderenti alle aspettative della propria audience. Nella nuova versione del sito www.audiens.com - appena rilasciata a seguito di un restyling e dell'implementazione di nuove feature del software - è possibile aprire un account in autonomia e attivare facilmente il processo di caricamento dei dati, così da avere in pochi minuti i dati disponibili per la loro valorizzazione nelle campagne adv online. La facilità di integrazione alla piattaforma per i brand è data dalla disponibilità di plugin che semplificano il processo di data onboarding da diverse sorgenti dati: web, mobile e CRM.



IL SOFTWARE PERMETTE AD AZIENDE E AGENZIE MEDIA DI QUALSIASI DIMENSIONE DI PIANIFICARE ADV A PERFORMANCE

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

Audiens, società nata nel 2014 con l'obiettivo di raccogliere e profilare i dati delle Telco per la loro valorizzazione a fini pubblicitari su mobile, lancia oggi una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati. Con oltre 30 milioni di utenti italiani anonimizzati profila-

ti (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, la nuova piattaforma di Audiens mette a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale.

Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords. A tutti gli effetti la soluzione di Audiens si inserisce in quello che viene chiamato people-based marketing e che permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi per

essere sempre più aderenti alle aspettative della propria audience. Nella nuova versione del sito audiens.com, appena rilasciata a seguito di un restyling e dell'implementazione di nuove feature del software, è possibile aprire un account in autonomia e attivare facilmente il processo di caricamento dei dati, così da avere in pochi minuti i dati disponibili per la loro valorizzazione nelle campagne adv online.

La facilità di integrazione alla piattaforma per i brand è data dalla disponibilità di plugin che semplificano il processo di data onboarding da diverse sorgenti dati: web, mobile e CRM. Per questa caratteristica di elevata accessibilità e fruibilità del tool, la nuova soluzione di Audiens può definirsi una DMP as a service. L'offerta si declina in tre pacchetti, che si differenziano per volumi di dati gestiti così da venire incontro alle esigenze di pic-

cole e medie imprese e dei grandi network. "La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali. Grazie a un'offerta modulare Audiens offre infatti la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che PMI. Attraverso una soluzione media agnostic, quindi indipendente, garantire una portabilità dei dati, consentendo l'attivazione dei segmenti sui principali canali di pianificazione online. Il machine learning e lo sviluppo di algoritmi proprietari saranno al centro dei nostri sviluppi futuri in modo da sfruttare al massimo il potenziale dei dati presenti all'interno della piattaforma e migliorare la performance delle campagne dei nostri clienti", afferma **Marko Maras**, co-founder di Audiens.



Marko Maras



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 conformità 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](#)

/ aziende

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

14 GIUGNO 2017



MARKO MARAS

Audiens, società nata nel 2014 con l'obiettivo di raccogliere e profilare i dati delle Telco per la loro valorizzazione a fini pubblicitari su mobile, lancia oggi una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati.

Con oltre 30 milioni di utenti italiani anonimizzati profilati (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, la nuova piattaforma di Audiens mette a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale.

Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords.

A tutti gli effetti la soluzione di Audiens si inserisce in quello che viene chiamato people-based marketing e che permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi per essere sempre più aderenti alle aspettative della propria audience.

Nella nuova versione del sito audiens.com, appena rilasciata a seguito di un restyling e dell'implementazione di nuove feature del software, è possibile aprire un account in autonomia e attivare facilmente il processo di caricamento dei dati, così da avere in pochi minuti i dati disponibili per la loro valorizzazione nelle campagne adv online.

La facilità di integrazione alla piattaforma per i brand è data dalla disponibilità di plugin che semplificano il processo di data onboarding da diverse sorgenti dati: web, mobile e CRM.

CRAZY WEB SHOPPING

netcomm

22-23 giugno 2017

Ritorna la notte bianca dello shopping online!

Ottieni visibilità e valorizza il tuo e-commerce

Pubblicità Italia

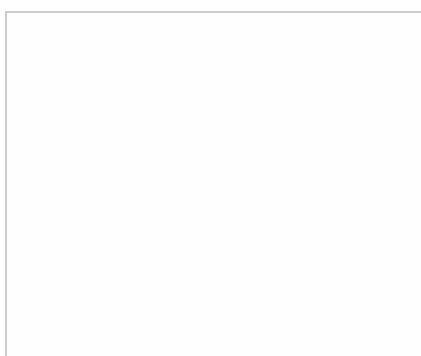
Sfoggia l'anteprima online del Mensile

Per questa caratteristica di elevata accessibilità e fruibilità del tool, la nuova soluzione di Audiens può definirsi una DMP as a service.

L'offerta si declina in tre pacchetti, che si differenziano per volumi di dati gestiti così da venire incontro alle esigenze di piccole e medie imprese e dei grandi network.

“La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali. Grazie a un'offerta modulare Audiens offre infatti la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che PMI. Attraverso una soluzione media agnostic, quindi indipendente, garantire una portabilità dei dati, consentendo l'attivazione dei segmenti sui principali canali di pianificazione online. Il machine learning e lo sviluppo di algoritmi proprietari saranno al centro dei nostri sviluppi futuri in modo da sfruttare al massimo il potenziale dei dati presenti all'interno della piattaforma e migliorare la performance delle campagne dei nostri clienti”, afferma **Marko Maras**, co-founder di Audiens.

Condividi   Mi piace 0   Share   Submit 



TAGS

Audiens, Marko Maras

ARTICOLI CORRELATI

- *Il mobile advertising di Widespace si allea con Audiens*
- *Gruppo DigiTouch: Audiens raggiunge 10 milioni di utenti italiani profilati*
- *Mercedes-Benz con VOS per una campagna programmatic*

0 commenti

Ordina per

Meno recenti ▼



Aggiungi un commento...

 Facebook Comments Plugin

Latest news | *digital*

14.06.2017

DIGITAL / aziende

Audiens lancia la nuova piattaforma per la gestione di campagne data-driven

FIRSTonline

14 giu 2017

Presidente:
Ernesto Auci
Direttore responsabile:
Franco Locatelli

BANCO BPM
GRUPPO
Banco Bpm brilla dopo
cessione Npl

Cdp
Cdp, bond senior: ordini
per 1,7 miliardi

M5S, svolta anti-rom:
basta campi nomadi

FTSE MIB

+0,33%

IT ALL-



CALENDARIO



FISCALE

ACCEDI/REGISTRATI

cerca nel sito



FINANZA E MERCATI TASSE/LAVORO RISPARMIO E PENSIONI ITALIA MONDO LIFESTYLE TECH PREMIUM SPORT **BLOG** EBOOK

Home / Finanza e Mercati / **Commento Di Borsa**

Effetto Fed sui bond europei. Utility ok, banche contrastate

14 giugno 2017 - 12:59 di **Ugo Bertone**

Sono tutti positivi i listini europei che si aspettano un rialzo dei tassi americani. Già in calo i rendimenti dei titoli pubblici sul secondario - Spread Btp-Bund ai minimi - In Borsa, tecnologici ancora in recupero e tra gli industriali avanza Prysmian. In vista Enel, Atlantia, Telecom e Terna. Scende Fca su nuove incertezze sulle emissioni. Forte balzo di Pierrel

borsa **Fed** **utility** **banche** **Yellen** **Spread**



Mercati azionari sopra la parità in Europa nell'attesa degli annunci di stasera della **Fed**. I volumi degli scambi sono modesti, probabilmente perché gli investitori aspettano di sentire la conferenza stampa di Janet Yellen. Il rialzo del costo del denaro è dato per certo, quel che più conta saranno le indicazioni sulla programmata

riduzione del bilancio della banca centrale, gonfiatosi a dismisura per effetto delle manovre espansive.

A Milano l'indice **Ftse Mib** sale dello 0,3%, attorno a quota 21,140 punti. **Parigi** avanza dello 0,9%, **Francoforte** dello 0,5%, **Madrid** dello 0,3% e **Londra**, dopo un avvio negativo, ora sale dello 0,4%. La Borsa di **Atene** guadagna il 2% e si spinge sui massimi da due anni, +23% dal primo gennaio, in previsione di un accordo con i creditori nella riunione dell'Eurogruppo del 15 giugno. Il rendimento del titolo greco a due anni scende al 4,5% sui minimi dal 2010. Stamane Atene ha collocato 1,3 miliardi di euro in titoli di Stato a 13 settimane.

Il **comparto della tecnologia** è quello che oggi guadagna di più, con un rialzo dell'1,1%, dopo il tonfo dei giorni scorsi. I produttori di chip Infineon e Dialog Semiconductor guadagnano tra lo 0,7% e l'1,5%. Sale anche **Stm** (+0,7%): Moody's ha rivisto a "positivo" da "stabile" l'outlook.

Ad aprile la **produzione industriale nell'area euro** è cresciuta dello 0,5% su base mensile e dell'1,4% a livello annuale, in linea alle attese del consenso. Lo ha reso noto Eurostat, puntualizzando inoltre che il dato di marzo è stato rivisto al rialzo al +0,2% su base mensile e al +2,2% annuo.

Bankitalia vede il Pil nel 2017 in crescita all'1,3% rispetto all'1% stimato la scorsa settimana, ha detto oggi il vicedirettore generale Fabio Panetta, precisando che la stima odierna incorpora la revisione al rialzo da parte di Istat della crescita dei Pil negli ultimi due trimestri.

Continua intanto a migliorare la performance del secondario italiano, con il

EVENTI - MOSTRE



Venezia, Karole Vail nuova direttrice della Guggenheim

di Redazione **FIRST Arte**

Roma, l'arte entra a Rebibbia

Roma, musei gratis il 4 giugno

Orto Botanico di Padova e le storie di animali minacciati dall'uomo

No compatible source was found for this video.



COMMENTO DI BORSA

La Fed non fa paura alle Borse. Banche venete verso l'accordo



FINANZA E MERCATI

Amplifon, Tamburi cede 3,5 milioni azioni e stringe partnership



COMMENTO DI BORSA



differenziale di rendimento tra Btp e Bund sul tratto decennale che si porta fino ai minimi dallo scorso gennaio. Lo **spread** è sceso a 168 punti base dai 172 della chiusura di ieri. Il tasso del decennale di riferimento scende a 1,94%, anch'esso sui minimi da gennaio, dopo una chiusura di ieri a 1,98%. Calano in asta allo 0,26%, nuovo minimo, i rendimenti del Bund decennale.

Il presidente della Bundesbank, **Jens Weidmann**, ha bocciato l'idea della commissione europea di creare un nuovo strumento di emissione di debito comune. Questo tipo di obbligazione, ha avvertito il banchiere centrale, "potrebbe essere interpretata come un passo verso gli Eurobond, e cioè uno strumento di mutualizzazione del debito".

Si mettono in luce le utility e le società con alto livello di debito, favorite dalla discesa dei tassi: **Enel** +0,6%, **Atlantia** +1%, **Telecom Italia** +1% e **Terna** +1%. Il cambio della guardia nella utility francese EDF fa guadagnare al titolo quasi il 5%. Il colosso francese ha promosso un italiano a capo della controllata nel Regno Unito, che presiede alla costruzione di nuovi reattori nucleari a Hinkley Point.

Petrolio in calo dopo il dato che segnala un nuovo aumento delle scorte Usa di idrocarburi, il che fa pensare che l'abbondanza di offerta di greggio nel mondo non si stia riducendo. Il Brent è scambiato a 48,2 dollari al barile, in calo dell'1%. Eni - 0,1%, Saipem +0,1%.

Il trend al ribasso dei tassi europei gioca invece contro la redditività delle banche. **Unicredit** -0,6%, **Intesa Sanpaolo** -0,5%, **Ubi Banca** -1%. **Banco Bpm** +1,4%, sulla notizia della cessione di 693 milioni di Npl. **Banca Carige** rimbalza dell'1,22% dopo che ieri il Cda ha nominato Delmonte direttore generale e individuerà a breve l'AD. Secondo Akros, la banca ha preso la prima decisione per stabilizzare la situazione.

"Nonostante una significativa riduzione del rapporto tra Npl e crediti totali in Italia, restano insufficienti i passi in avanti delle banche italiane fatti nella riduzione degli stock di Npl a livelli gestibili", ha spiegato stamane il vicepresidente della Bce, Victor Constancio.

Tra i titoli industriali avanza **Prysmian** (+1,7%) che ieri ha inaugurato la nuova fabbrica di cavi ottici a Slatina, in Romania, la più grande in Europa.

Scende invece **Fiat Chrysler** (-1%). Le analisi condotte da un laboratorio della West Virginia hanno messo in evidenza una forte discrepanza tra le emissioni di ossidi di azoto dei motori diesel in laboratorio e su strada.

Tra le small e mid cap cade **Amplifon** (-7%): l'azionista di controllo, Ampliter, ha ceduto ieri a investitori istituzionali 5,5 milioni di azioni, pari al 2,43% del capitale. La quota di Ampliter si riduce al 44,9%. Contestualmente Tamburi ha venduto 3,5 milioni, pari all'1,55%.

Pierrel +11%: accordo tra i soci per il risanamento dell'azienda. **Landi Renzi** +12%. **Digitouch** +5%, il gruppo milanese di digital advertising ha lanciato una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende.

Notizie Correlate

Banche tedesche: frode fiscale da 32 miliardi

Banche venete, l'incubo bail-in pesa su Piazza Affari

Popolare Vicenza e Veneto Banca, una mina da 80 miliardi

Riciclaggio: a Deutsche Bank multa Fed da 41 milioni

Il rischio politico affossa Borsa, banche e utilities

Pop Vicenza e Veneto Banca: niente bail-in e ricapitalizzazione più vicina

Pop Vicenza e Veneto Banca: tutti i rischi secondo S&P

Borsa in rialzo sul rinvio delle elezioni: banche ok, spread giù

L'ottimismo sulle banche venete rilancia Piazza Affari

di Maria Teresa Scorzoni

Borsa: banche venete, traguardo più vicino. Stm recupera

Apple ancora sotto tiro, ma high tech in recupero

Hi tech, profumo di bolla: Stm crolla, Borse in rosso

Pubblicità 4w



Astrid :
Modella e giocatrice di
foot volley...
Guarda ora!



Alluce storto?
Dimenticati del dolore e
del fastidio.
N. 1 per l'alluce valgo.



Vantaggi da campioni.
Con i Champions Days
Peugeot, 208 è tua a
10.500€.
Richiedi Preventivo

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE ADVERTISING DATA-DRIVEN

Di facile integrazione, intuitiva e con un'offerta modulare il nuovo software permette ad aziende e agenzie media di qualsiasi dimensione di pianificare campagne performance, grazie all'utilizzo di dati di prima, seconda e terza parte. Audiens, società nata nel 2014 con l'obiettivo di raccogliere e profilare i dati delle Telco per la loro valorizzazione a

fini pubblicitari su mobile, lancia una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati. Con oltre 30 milioni di utenti Italiani anonimizzati profilati (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, la nuova piattaforma di Audiens mette a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords.

A tutti gli effetti la soluzione di Audiens si inserisce in quello che viene chiamato people-based marketing e che permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi per essere sempre più aderenti alle aspettative della propria audience. Nella nuova versione del sito www.audiens.com - appena rilasciata a seguito di un restyling e dell'implementazione di nuove feature del software - è possibile aprire un account in autonomia e attivare facilmente il processo di caricamento dei dati, così da avere in pochi minuti i dati disponibili per la loro valorizzazione nelle campagne adv online. La facilità di integrazione alla piattaforma per i brand è data dalla disponibilità di plugin che semplificano il processo di data onboarding da diverse sorgenti dati: web, mobile e CRM.

Per questa caratteristica di elevata accessibilità e fruibilità del tool, la nuova soluzione di Audiens può definirsi una DMP as a service. L'offerta si declina in tre pacchetti, che si differenziano per volumi di dati gestiti così da venire incontro alle esigenze di piccole e medie imprese e dei grandi network. «La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali. Grazie a un'offerta modulare Audiens offre infatti la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che PMI. Attraverso una soluzione media agnostic, quindi indipendente, garantiamo la portabilità dei dati, consentendo l'attivazione dei segmenti sui principali canali di pianificazione online. Il machine learning e lo sviluppo di algoritmi proprietari saranno al centro dei nostri sviluppi futuri in modo da sfruttare al massimo il potenziale dei dati presenti all'interno della piattaforma e migliorare la performance delle campagne dei nostri clienti», afferma Marko Maras (in foto), co-founder di Audiens.

Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze, Tyn Media Group - Tyn S.r.l. e i suoi partner utilizzano cookies, anche di terze parti. Chiudendo questo banner accetti il loro impiego in conformità alla nostra Cookie Policy. [Maggiori Informazioni](#)

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [ABBONAMENTI](#) [AGENDA](#) [IL MAGAZINE](#) [GLI SPECIALI](#) [f](#) [t](#) [in](#) [v](#)

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

CERCA IN ADVERTISER.IT

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE | AGENZIE | PEOPLE

/ aziende/sviluppo

LE CAMPAGNE DATA-DRIVEN PROTAGONISTE DELLA NUOVA SOLUZIONE TARGATA AUDIENS

13 Giugno 2017



DALL'AZIENDA

Audiens lancia oggi una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati. Con oltre 30 milioni di utenti italiani anonimizzati profilati (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, la nuova piattaforma di Audiens mette a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords.

Nella nuova versione del sito è possibile aprire un account in autonomia e attivare facilmente il processo di caricamento dei dati, così da avere

in pochi minuti i dati disponibili per la loro valorizzazione nelle campagne adv online. La facilità di integrazione alla piattaforma per i brand è data dalla disponibilità di plugin che semplificano il processo di data onboarding da diverse sorgenti dati: web, mobile e CRM. Per questa caratteristica di elevata accessibilità e fruibilità del tool, la nuova soluzione di Audiens può definirsi una DMP as a service. L'offerta si declina in tre pacchetti, che si differenziano per volumi di dati gestiti così da venire incontro alle esigenze di piccole e medie imprese e dei grandi network.

“La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali. Grazie a un'offerta modulare Audiens offre infatti la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che PMI. Attraverso una soluzione media



agnostic, quindi indipendente, garantiamo la portabilità dei dati, consentendo l'attivazione dei segmenti sui principali canali di pianificazione online. Il machine learning e lo sviluppo di algoritmi proprietari saranno al centro dei nostri sviluppi futuri in modo da sfruttare al massimo il potenziale dei dati presenti all'interno della piattaforma e migliorare la performance delle campagne dei nostri clienti", afferma **Marko Maras**, co-founder di Audiens.



SEO, PPC,
Web Design

Risultati Reali per il Tuo
Business con il Web -
Contattaci

naxa.ws

TAGS

pubblicità, advertising, inserzionisti, audiens, data-driven

ARTICOLI CORRELATI

- *Entertainment&Media, il mercato crescerà del 4,2% al 2021: i risultati della ricerca PwC*
- *Clear Channel Italia affida a Moving Up il canale digitale "data driven"*
- *LoRo è la nuova agenzia pubblicitaria del Teatro alla Scala*

0 commenti

Ordina per Meno recenti



Aggiungi un commento...

Facebook Comments Plugin



Ingrosso T-shirt
prezzi a partire da 5€

SOLO per
chi ha
partita IVA

Spedizione
GRATIS

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [CONTATTI](#) [ABBONAMENTI](#) [AGENDA](#) [IL MAGAZINE](#) [GLI SPECIALI](#) [PUBBLICITÀ](#) [PRIVACY](#) [CONDIZIONI D'USO](#)



BRAND

• Mitsubishi Electric torna on air con due campagne istituzionali a cura di UM

• Gerard Piqué protagonista della

MEDIA

• Online il video lanciato da Selex dedicato agli abitanti di Preci. Firma DLVBBDO

• Sprite: con Born to Refresh prende il

MOBILE

• NearIT presenta ReedemIT, per lanciare campagne sconti sugli smartphone dei clienti

• Chili annuncia

RICERCHE

• Nielsen: nel primo quadrimestre raccolta stabile (-0,3%). Radio e web in crescita

• Entertainment&Media, Forrester premia il mercato

AZIENDE

• Le campagne data-driven protagoniste della nuova soluzione targata Audiens

• Forrester premia la strategia di

AGENZIE

• Up&Up di Michele Mangerini festeggia il quinto compleanno con un Drink'n Speech

• Brand Portal sceglie S4M per il

PEOPLE

• Fabrizio Manzi nominato Chief Legal Officer

• Marco Merolla è il nuovo Marketing Director



www.advfn.com

13/06/2017 13:44:45

0422 1695358

Iscrizione Gratuita

Login

Monitor

Quotazioni

Grafici

Book

Desktop

Portafoglio

Notifiche

Toplist

Notizie

Follow Feed

Forum

Titoli di Stato

Materie Prime

Forex

Panoramica

CFD

Rating

Ricerca Quotazioni



Quotazione

Grafico

Book

Ordini

Notizie

Dividendi

Bilanci

Storico

Digitouch (BIT)

BIT:DGT

Ok

Digitouch: Audiens lancia piattaforma gestione campagne data-driven

Data : 13/06/2017 @ 13:35

Fonte : MF Dow Jones (Italiano)

Titolo : Digitouch (DGT)

Quotazione : + 1.398 0.042 (3.10%) @ 13:26

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

Digitouch: Audiens lancia piattaforma gestione campagne data-driven

Audiens, Data Management Platform parte del gruppo Digitouch, player attivo nel digital marketing e quotato sull'Aim Italia, ha lanciato la sua piattaforma di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati.

La nuova soluzione di Audiens, si legge in una nota, grazie a 30 milioni di utenti italiani anonimizzati profilati e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, mette a disposizione degli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale.

La piattaforma della società del gruppo Digitouch, che è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria come DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords, si inserisce nel settore del people-based marketing, permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi.

"La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali" ha affermato Marko Maras, co-founder di Audiens, aggiungendo che "offriamo infatti la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che Pmi".

com/gtd

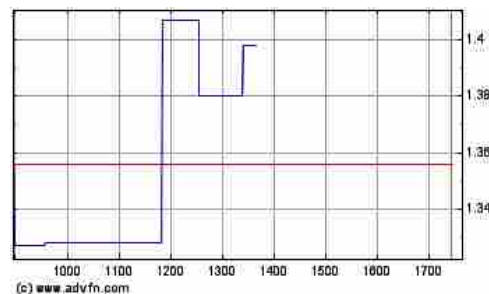
(END) Dow Jones Newswires

June 13, 2017 07:20 ET (11:20 GMT)

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

Grafico Azioni Digitouch (BIT:DGT)
Intraday

Oggi : Martedì 13 Giugno 2017



La tua Cronologia



PROGRAMMATIC > AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN



PROGRAMMATIC 13/06/2017 Redazione 0

Audiens lancia la nuova piattaforma per la gestione di campagne data-driven

Con il restyling e l'implementazione di feature inedite, è possibile aprire un account in autonomia e attivare facilmente il processo di caricamento dei dati

Audiens, società nata nel 2014 con l'obiettivo di raccogliere e profilare i dati delle telco per la loro valorizzazione a fini pubblicitari su mobile, ha lanciato una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati.

Numeri e partner di Audiens

Con oltre 30 milioni di utenti italiani anonimizzati profilati (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, la nuova piattaforma di Audiens mette a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali **DoubleClick, AppNexus, Adform, The Trade Desk, Adobe e Adwords**.

TRENTA SECONDI? NO, TRENTA GIORNI

AGENDA

Digital Transformation War: Retailer tradizionali VS Giganti dell'e-commerce

13 giugno

Social Media Week Milan

13 giugno

Notte Romantica nei Borghi più Belli d'Italia

13 giugno

Ricerca dell'Osservatorio Internet Media

14 giugno

Quattordicesima edizione del European Digital Forum

14 giugno @ 14:30 - 15 giugno @ 14:30

[Vedi Tutti gli Eventi »](#)



People-based marketing

A tutti gli effetti la soluzione di Audiens si inserisce in quello che viene chiamato people-based marketing e che permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi per essere sempre più aderenti alle aspettative della propria audience.

Nella nuova versione del sito www.audiens.com – appena rilasciata a seguito di un restyling e dell'implementazione di nuove feature del software – è possibile aprire un account in autonomia e attivare facilmente il processo di caricamento dei dati, così da avere in pochi minuti i dati disponibili per la loro valorizzazione nelle campagne adv online.

DMP as a service

La facilità di integrazione alla piattaforma per i brand è data dalla disponibilità di plugin che semplificano il processo di data onboarding da diverse sorgenti dati: web, mobile e CRM. Per questa caratteristica di elevata accessibilità e fruibilità del tool, la nuova soluzione di Audiens può definirsi una "DMP as a service". L'offerta si declina in tre pacchetti, che si differenziano per volumi di dati gestiti così da venire incontro alle esigenze di piccole e medie imprese e dei grandi network.

Aziende di qualsiasi dimensioni

"La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali. Grazie a un'offerta modulare Audiens offre, infatti, la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che PMI. Attraverso una soluzione media agnostic, quindi indipendente, garantiamo la portabilità dei dati, consentendo l'attivazione dei segmenti sui principali canali di pianificazione online.

Il machine learning e lo sviluppo di algoritmi proprietari saranno al centro dei nostri sviluppi futuri in modo da sfruttare al massimo il potenziale dei dati presenti all'interno della piattaforma e migliorare la performance delle campagne dei nostri clienti", afferma **Marko Maras**, co-founder di Audiens.

Potrebbe Interessarti Anche:



Audiens, raggiunto il



Cos'è e come funziona il Cookie



Esiste la creatività nel programmatic



Il futuro è nelle app con il

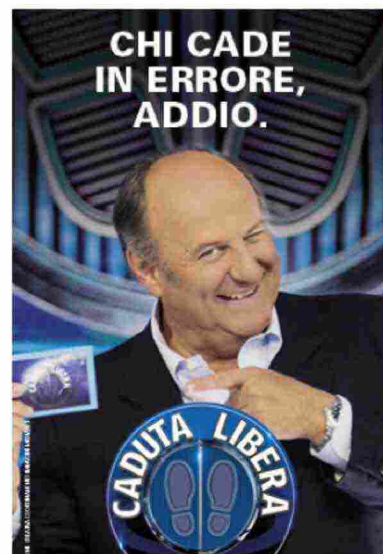


Rocket Fuel, nel primo quarter



360COM.IT RSS

- **Hasbro cambia strategia e si trasforma in un media brand: "I dati hanno rivoluzionato il panorama del marketing"**
- **Gatorade sceglie il tema del fitness e crea le prime tre stazioni brandizzate di Pandora**
- **AdColony punta sull'interattività per le mobile video ads: l'obiettivo è aumentare l'engagement**
- **ePRICE: il focus sui servizi spinge la crescita del fatturato nel primo trimestre**
- **Ecco perché le immagini sono la nuova frontiera del targeting pubblicitario**





Home > Segmenti > AIM > DigiTouch (Aim) – Nuova piattaforma per la gestione di campagne data-driven

Segmenti AIM

DIGITOUCH (AIM) – NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE DATA-DRIVEN

13/06/2017

4

Audiens, società che raccoglie e profila i dati delle Telco per la loro valorizzazione a fini pubblicitari su mobile e parte del Gruppo DigiTouch, ha lanciato oggi una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione di dati di prima, seconda e terza parte.

Con oltre 30 milioni di utenti Italiani anonimizzati profilati (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, la nuova piattaforma di Audiens mette a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords.

A tutti gli effetti la soluzione di Audiens si inserisce in quello che viene chiamato people-based marketing e che permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi per essere sempre più aderenti alle aspettative della propria audience.

L'offerta si declina in tre pacchetti, che si differenziano per volumi di dati gestiti così da venire incontro alle esigenze di piccole e medie imprese e dei grandi network.

TAG Digtouch

CONDIVIDI

f Facebook

t Twitter

Articolo precedente

Banche – Bankitalia: sofferenze lorde poco mosse ad aprile, in calo le nette

Lettera all'Investitore

DE'LONGHI – NUOVO FOCUS
SULLA CRESCITA

12/06/2017

CLABO – UNA MULTINAZIONALE
CON IL FARO PUNTATO AD
ORIENTE

09/06/2017

BIO-ON – UNA REALTÀ IN RAPIDA
EVOLUZIONE

07/06/2017

Analisi e Approfondimenti:

NASDAQ – LA STORIA SI RIPETE
?

12/06/2017

EDISON – PIÙ DOWNSTREAM E
PIÙ ITALIA NEL FUTURO

09/06/2017

USA – IL CREDITO AL CONSUMO
RALLENTA

09/06/2017

Editoriali:

CINA – IL PROBLEMA DEI DEBITI
PRIVATI

01/06/2017

13 giugno 2017

Audiens lancia la nuova piattaforma per la gestione di campagne data-driven

Categoria: Tecnologie, app e scenari, Aziende, carriere e mercati



Audiens, società nata nel 2014 con l'obiettivo di raccogliere e profilare i dati delle Telco per la loro valorizzazione a fini pubblicitari su mobile, lancia oggi una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati.

Con oltre 30 milioni di utenti italiani anonimizzati profilati (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, la nuova piattaforma di Audiens mette a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. Audiens è integrata con le principali piattaforme di

pianificazione pubblicitaria, quali DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords.

A tutti gli effetti la soluzione di Audiens si inserisce in quello che viene chiamato people-based marketing e che permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi per essere sempre più aderenti alle aspettative della propria audience.

Nella nuova versione del sito www.audiens.com - appena rilasciata a seguito di un restyling e dell'implementazione di nuove feature del software - è possibile aprire un account in autonomia e attivare facilmente il processo di caricamento dei dati, così da avere in pochi minuti i dati disponibili per la loro valorizzazione nelle campagne adv online.

La facilità di integrazione alla piattaforma per i brand è data dalla disponibilità di plugin che semplificano il processo di data onboarding da diverse sorgenti dati: web, mobile e CRM.

Per questa caratteristica di elevata accessibilità e fruibilità del tool, la nuova soluzione di Audiens può definirsi una DMP as a service. L'offerta si declina in tre pacchetti, che si differenziano per volumi di dati gestiti così da venire incontro alle esigenze di piccole e medie imprese e dei grandi network.

«La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali. Grazie a un'offerta modulare Audiens offre infatti la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che PMI. Attraverso una soluzione media agnostic, quindi indipendente, garantiamo la portabilità dei dati, consentendo l'attivazione dei segmenti sui principali canali di pianificazione online. Il machine learning e lo sviluppo di algoritmi proprietari saranno al centro dei nostri sviluppi futuri in modo da sfruttare al massimo il potenziale dei dati presenti all'interno della piattaforma e migliorare la performance delle campagne dei nostri clienti», afferma Marko Maras, co-founder di Audiens

GLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE**SILVANO GUIDONE & ASSOCIATI****SOTTOSOPRA****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****CLICCA QUI PER VEDERE TUTTI GLI OPERATORI**[« Un altro record segnato dall'Art... Fabrizio Manzi nuovo General... »](#)[-< Indietro a: News](#)

DIGITOUCH: AUDIENS LANCIA PIATTAFORMA GESTIONE CAMPAGNE DATA-DRIVEN

MILANO (MF-DJ)--Audiens, Data Management Platform parte del gruppo Digitouch, player attivo nel digital marketing e quotato sull'Aim Italia, ha lanciato la sua piattaforma di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati. La nuova soluzione di Audiens, si legge in una nota, grazie a 30 milioni di utenti italiani anonimizzati profilati e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, mette a disposizione degli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. La piattaforma della società del gruppo Digitouch, che è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria come DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords, si inserisce nel settore del people-based marketing, permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi. "La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali" ha affermato Marko Maras, co-founder di Audiens, aggiungendo che "offriamo infatti la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che Pmi". com/gtd (fine) MF-DJ NEWS

Main partner:

RADIUMONE

zeotap

turbo

dot
media

Tradelab

NEWS

Audiens lancia una nuova piattaforma per la gestione di campagne data-driven

Il software, disponibile in modalità DMP-as-a-service, permette ad aziende e agenzie media di qualsiasi dimensione di pianificare campagne performance grazie all'utilizzo di dati di prima, seconda e terza parte

di Cosimo Vestito 13 giugno 2017

Condividi questo articolo



4



2



3



Marko Maras, Co-fondatore di Audiens

Audiens lancia oggi una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati.

Con oltre 30 milioni di utenti italiani anonimizzati profilati (di cui 10 milioni di utenti mobile con dati demografici certificati) e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, **la nuova piattaforma della società del Gruppo DigiTouch mette a disposizione di tutti gli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico profilati su base socio-demo e comportamentale**. Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali **DoubleClick, AppNexus, Adform, The Trade Desk, Adobe e Adwords**.

La soluzione, recita una nota, si inserisce in ciò che viene definito people-based marketing, che permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi per essere sempre più aderenti alle aspettative della propria audience.

Nella [nuova versione](#) del sito di Audiens, appena rilasciata a seguito di un restyling e dell'implementazione di nuove caratteristiche del software, **è possibile aprire un account in autonomia e attivare il processo di caricamento dei dati**, così da avere in pochi minuti i dati disponibili per la loro valorizzazione nelle campagne pubblicitarie online. La facilità di integrazione alla piattaforma per i brand è data, secondo l'azienda, dalla disponibilità di plugin che semplificano il processo di data onboarding da diverse sorgenti dati: web, mobile e CRM.



Per questa caratteristica di accessibilità e fruibilità, la nuova soluzione di Audiens è stata definita una DMP-as-a-service. L'offerta si declina in tre pacchetti, che si differenziano per volumi di dati gestiti, così da venire incontro alle esigenze di piccole e medie imprese e dei grandi network.

«**La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali.** Grazie a un'offerta modulare, Audiens offre infatti la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che PMI. Attraverso una soluzione media agnostic, quindi indipendente, garantiamo la portabilità dei dati, consentendo l'attivazione dei segmenti sui principali canali di pianificazione online. Il machine learning e lo sviluppo di algoritmi proprietari saranno al centro dei nostri sviluppi futuri in modo da sfruttare al massimo il potenziale dei dati presenti all'interno della piattaforma e migliorare la performance delle campagne dei nostri clienti», ha affermato **Marko Maras**, Co-fondatore di Audiens.

<http://www.programmatic-italia.com/audiens-piattaforma-gestione-campagne/#kYUTPkMV7e8as6R6.97>

DIGITOUCH: AUDIENS LANCIA PIATTAFORMA GESTIONE CAMPAGNE DATA-DRIVEN

MILANO (MF-DJ)--Audiens, Data Management Platform parte del gruppo Digitouch, player attivo nel digital marketing e quotato sull'Aim Italia, ha lanciato la sua piattaforma di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati. La nuova soluzione di Audiens, si legge in una nota, grazie a 30 milioni di utenti italiani anonimizzati profilati e oltre 300 milioni di impression ascoltate al mese provenienti da centinaia di siti web e mobile di editori italiani, mette a disposizione degli inserzionisti pubblicitari un'ampia inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. La piattaforma della società del gruppo Digitouch, che è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria come DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords, si inserisce nel settore del people-based marketing, permette alle aziende di aumentare le performance delle proprie campagne pubblicitarie grazie al raggiungimento puntuale dei propri target e alla personalizzazione dei messaggi. "La nuova piattaforma consente alle aziende di unificare i dati comportamentali dei clienti online ai dati del CRM, per migliorare le performance delle proprie campagne digitali" ha affermato Marko Maras, co-founder di Audiens, aggiungendo che "offriamo infatti la possibilità di pianificare campagne data-driven sia ad aziende di grandi dimensioni che Pmi". com/gtd (fine) MF-DJ NEWS

blackmamba
the production hub

youMARK!

Cerca

Tutto il sito



YOUMARK

RUBRICHE

VIDEO PAGINE DELLA COMUNICAZIONE

SOCIAL MAP

DOMANDE E OFFERTE

AGENDA

BELOW E DINTORNI

COSA CAMBIA

DATI E MERCATO

ENGAGEMENT

IMMAGINI, VIDEO, SUONO

INTERVISTE

MEDIA E PIANIFICAZIONE

GLI EBOOK DI YOUMARK

RUBRICHE / MEDIA E PIANIFICAZIONE

13
JUN

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

la tua mail

VAI >

AUDIENS LANCIA LA NUOVA PIATTAFORMA PER LA GESTIONE DI CAMPAGNE ADVERTISING DATA-DRIVEN

Pubblicato nel 2017

Audiens, società nata nel 2014 con l'obiettivo di raccogliere e profilare i dati delle Telco per la loro valorizzazione a fini pubblicitari su mobile, lancia una nuova soluzione proprietaria di gestione dati rivolta alle aziende di tutti i settori che desiderano pianificare campagne a performance, grazie alla valorizzazione dei dati.

La nuova piattaforma mette a disposizione degli inserzionisti pubblicitari una inventory di segmenti di pubblico italiano profilati su base socio-demo e comportamentale. Audiens è integrata con le principali piattaforme di pianificazione pubblicitaria, quali DoubleClick, AppNexus, Adform, TheTradeDesk, Adobe e Adwords.

Nella nuova versione del sito www.audiens.com – appena rilasciata a seguito di un restyling e dell'implementazione di nuove feature del software – è possibile aprire un account in autonomia e attivare il processo di caricamento dei dati, così da avere i dati disponibili per la loro valorizzazione nelle campagne adv online.

La facilità di integrazione alla piattaforma per i brand è data dalla disponibilità di plugin che semplificano il processo di data onboarding da diverse sorgenti dati: web, mobile e CRM.

L'offerta si declina in tre pacchetti, che si differenziano per volumi di dati gestiti così da venire incontro alle esigenze di piccole e medie imprese e dei grandi network.



K¹¹

E
ENORMOUS
FILMS

Share

Send