

COMUNICATO STAMPA

Audiens lancia la nuova piattaforma per la gestione di campagne 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.

MILANO 13 giugno 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 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,

audiens

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.

BREVE DESCRIZIONE DI AUDIENS E DEL GRUPPO

Nata nel 2014 su iniziativa di Paolo Mardegan e Marko Maras, **Audiens** è una Data Management Platform, specializzata nella aggregazione e organizzazione di dati di prime, seconde e terze parti e collegata alle principali DSP. Con una ricca offerta di dati desktop e mobile, demografici e comportamentali, Audiens offre tre soluzioni: per piccole e medie imprese e per grandi network. Per maggiori informazioni visitare www.audiens.com

Il **Gruppo DigiTouch** è uno dei principali player indipendenti in Italia attivo nel digital marketing ed è specializzato nel **Mar-Tech**, ovvero nelle tecnologie di marketing e comunicazione a supporto delle vendite. Nato nel 2007 e quotato sul mercato AIM Italia dal 2015, è oggi a capo di quattro agenzie (**DigiTouch Agency**, **Performedia**, **E3** e **Optimized Group**), dell'agency trading desk **DAPcenter**, della Data Management Platform **Audiens** e dei siti comparatori **MutuiPerLaCasa.com** e **Autoandplus.com**. Fondato e gestito da pionieri del mercato web e mobile Europeo, già protagonisti di note iniziative di successo come Buongiorno, Glamoo, OneBip e Neo Network. Il Gruppo conta oggi circa 120 dipendenti e ha sedi a Milano (headquarter) e a Roma. Per maggiori informazioni visitare: www.gruppodigitouch.it

Ticker: DGT, Codice ISIN azioni ordinarie DIGITOUCH: IT0005089476, Codice ISIN obbligazioni convertibili DIGITOUCH 2015/2020: IT0005089864

Contatti

Gruppo DigiTouch – Audiens

Veronica Maccani – Responsabile Comunicazione e Marketing

E-mail: veronica.maccani@gruppodigitouch.it

Telefono: +39 02 89295181

Audiens s.r.l. con unico socio – Viale Vittorio Veneto 22 - 20124 Milano
Tel. +39 02 89095300 – Fax +39 02 93660844 – E-mail: audienssrl@legalmail.it
PIVA e CF: 08969510968 – REA: MI 2059309.

Attività soggetta a direzione e coordinamento da parte di DigiTouch S.p.A. – Via Vittorio Veneto 22 - 20124 Milano - Codice fiscale - P.IVA 05677200965 - N. REA 1839576.

GRUPPO
DIGITOUCH