GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Qué es la publicidad programática y cuáles son sus ventajas, por Relevantium

Actualidad Empresarial | 21/05/2022 | 00:00

La publicidad programática es considerada como uno de los principales aliados para lograr los objetivos de consolidación de una marca. En la actualidad, la alta competitividad en el entorno digital hace que las empresas se enfoquen en estrategias innovadoras y efectivas como esta para captar la atención de sus clientes potenciales en el ámbito digital.

La aplicación de esta tecnología requiere de conocimientos clave que permitan lograr los resultados buscados, por ello la asistencia de profesionales especializados como los de Relevantium resulta lo más recomendable. Esta agencia de marketing digital dispone de un equipo de expertos con destacados conocimientos en publicidad programática, distinguiéndose por ofrecer resultados notables a las empresas que asisten en esta área.

En qué consiste la publicidad programática

También conocido como programmatic advertising, este recurso se ha vuelto protagónico en el proceso de marketing digital, ya que permite impactar directamente al target de cada compañía en el lugar y momento indicados. De una manera más simple, la publicidad programática hace referencia a la compra automatizada de espacios de audiencias en el entorno digital. Es decir, el anunciante tiene la oportunidad de acceder a diferentes sitios publicitarios.

La ventaja principal de este elemento de marketing es justamente permitir la conexión entre la empresa y su público objetivo, de manera directa. Además, es posible llevar a cabo este proceso de conectividad en el lugar y momento que más le convenga al anunciante.

Este tipo de tecnología hace uso del Big Data para su funcionamiento, ya que segmenta de la forma más precisa posible los espacios disponibles en las diferentes plataformas online y los datos de que poseen los anunciantes con relación a su audiencia, para predecir sus comportamientos y permitir que exista la interacción con el anuncio.

Ventajas de la publicidad programática

Hoy en día, la compra programática está considerada como una forma novedosa y eficiente de comprar espacios publicitarios online de forma automatizada. Además de la conectividad entre empresa y usuario, esta destaca por diferentes ventajas como la hipersegmentación, un mayor alcance de las campañas publicitarias mediante diferentes canales e, incluso, la adaptación de la

publicidad de acuerdo a los requerimientos de cada canal publicitario.

Relevantium se han distinguido como una de las principales agencias en este sector, ya que cuenta con los conocimientos y la tecnología necesaria para desarrollar una publicidad programática exitosa. Además de la recopilación y análisis de datos de alta calidad, los expertos de esta agencia de marketing online llevan a cabo estrategias sólidas que permiten a las empresas anunciantes tener excelentes resultados.

En el lado de la compra, Relevantium dispone de un Trading Desk propio e independiente y utiliza los DSP (Demand Side Platforms) más avanzados del mercado. También utiliza DMP (Data Management Platforms) adaptados a la normativa actual, para recopilar y procesar data de muy alta calidad, procedente tanto de medios sectoriales como del propio cliente. Algunas de las estrategias que se pueden aplicar son de tipo contextual, nativo, de retargeting, con URL concreta, por geolocalización, enfocadas a performance o incluso en función de los sistemas operativos utilizados por las audiencias.

A través del sitio web de Relevantium, es posible acceder a sus servicios y recibir asesoría acerca de la mejor estrategia para cada empresa.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/175146-que-es-la-publicidad-programatica-y-cuales-son-sus-ventajas-por-relevantium.htm