

Forrester sitúa a Adgravity y su tecnología Neural.one entre los gigantes del Marketing Internacional

Forrester equipara en su último informe la tecnología NEURAL.ONE a la de Google, Adobe o Aol Conventro. La tecnología de Adgravity, NEURAL.ONE, analiza y predice el comportamiento de los consumidores para una asignación mucho más eficiente de los presupuestos de marketing y publicidad, permitiendo la combinación eficiente de canales y soportes para cada una de las fases de proceso de compra

Según Forrester Research, sin una adecuada tecnología de atribución, no se pueden asignar los presupuestos de marketing de manera eficiente. Considera este tipo de tecnologías the next advertising must.

Para Forrester, Adgravity, junto a su tecnología NEURAL.ONE, han logrado desarrollar un modelo de atribución y contribución que permite optimizar la planificación de medios, mediante una asignación mucho más eficiente y científica de los presupuestos de marketing, con el objetivo de obtener mayores ventas analizando 'minuto a minuto' el rendimiento de las campañas de cada cliente.

Este modelo, basado en patrones de redes neuronales, ha permitido a lAdgravity posicionarse en la era del Big Data al nivel de líderes tecnológicos mundiales como Google, AoL Conventro o Adobe en el mercado de la inteligencia artificial aplicada al marketing, tal como refleja el informe Forrester Research en su última publicación.

El éxito y eficacia de esta tecnología se debe a que NEURAL.ONE, imita el comportamiento de las redes neuronales, además tiene cuenta con capacidad de aportar un auto-aprendizaje adaptativo con gran tolerancia a los fallos, capaz de auto-organizarse en tiempo real.

A diferencia de otros modelos que no analizan el Consumer Journey ampliamente o no tienen en cuenta las KPIs de negocio, NEURAL.ONE trabaja con un algoritmo único por cada anunciante contemplando sus propias características y objetivos con la finalidad de optimizar el plan de medios maximizando los resultados en todas sus campañas.

Además, los dashboards de NEURAL.ONE ponen el acento en el aspecto visual, la velocidad de respuesta, la personalización de los datos y la inteligibilidad de los mismos proporcionando valiosos insights accionables desde el primer momento.

Forrester Research aseguró que “las tecnologías basadas en algoritmos de machine learning serán el futuro de la publicidad.” Y, por eso, el objetivo de Adgravity y NEURAL.ONE no es otro que cambiar las reglas de juego de la publicidad y ser disruptiva en el sector.

Sobre NEURAL.ONE

Neural.ONE es una compañía tecnológica que usa inteligencia artificial aplicada al marketing y la publicidad para optimizar las inversiones publicitarias y disparar los resultados de negocio. Según Nacho Suanzes, Chief Strategy Officer, "NEURAL.ONE se ha posicionado en el panorama del Big Data internacional para revolucionar la industria del marketing y la publicidad".

Sobre Adgravity

Adgravity es una agencia digital especializada en marketing programático y en la gestión de campañas publicitarias en todas las plataformas digitales. Adgravity fue fundada en 2008 por Jesús Ollero y desde entonces el equipo de profesionales de la empresa trabaja con el firme objetivo de mejorar los resultados del negocio haciendo que los datos sean la piedra angular de todas las inversiones en marketing y publicidad.

Para más información contactar

Tel +34 639334787 ó frantrejoj@enkmedio.es

Datos de contacto:

Francisco Trejo Jiménez
639334787

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>