

Jean François Noual, nuevo Country Manager de Tradelab en España

Su nombramiento coincide con el Hichem Karoui nuevo Vice Presidente de Servicios 3rd Party Data & Internacional, reforzando el equipo de Tradelab Internacional

Jean François Noual ha sido nombrado nuevo Country Manager de Tradelab en España, con lo que asume la responsabilidad de definir la estrategia y objetivos del plan de negocio de Tradelab en el mercado español.

Jean François conoce bien el mercado español, donde ha sido responsable de programática en Telefónica y Director General de Ventas para España de YuMe. Trabjará a partir de ahora conjuntamente con el nuevo equipo internacional de country managers reportando a la dirección internacional y dando apoyo en tareas de desarrollo de negocio.

Sobre su visión acerca del negocio programático en España señala que "está creciendo, pero sigue por debajo de otros mercados europeos con solo un 20% de los ingresos digitales, lo que constituye una gran oportunidad".

Analiza también las siguientes tendencias: "ciertos anunciantes han decidido cambiar el 100% de su compra de medios al modelo programático. Los anunciantes están mejorando sus competencias internalizando al menos una parte de programática con recursos cualificados y tecnologías. Aun así, quedan muchos retos que afrontar, principalmente en cuanto a transparencia, brand safety, visibilidad y anti-fraude para que el negocio de la programática sea maduro".

Su nombramiento coincide con el Hichem Karoui nuevo Vice Presidente de Servicios 3rd Party Data & Internacional, reforzando el equipo de Tradelab. Su responsabilidad será el desarrollo de la actividad 3rd Party Data Services en Francia y en el extranjero, así como la consolidación y desarrollo de los países con la marca Tradelab. Como intrapreneur, controlará el desarrollo de una oferta innovadora de gran potencial, en interacción con numerosos players líderes de medias digitales como Webedia y clientes estratégicos internacionales.

Sobre las perspectivas del mercado, Hichem Karoui señala que "la programática evoluciona constantemente en mercados digitales con diferentes niveles de madurez, los cuales exigen respuestas y un acompañamiento adecuado. El terreno europeo, incluso internacional, representa el gran reto para nuestros clientes y clientes potenciales en búsqueda de asociados que dispongan una propuesta de valor diferente. Dirigimos esta diversidad de necesidades desarrollando propuestas individuales, construidas alrededor de asociaciones de datos con gran valor añadido y apoyándonos en nuestros talentos humanos y activos tecnológicos para llevar más lejos nuestro servicio de construcción algorítmica a medida".

Tradelab es una plataforma de compra de medios destinada a las marcas y agencias. La empresa fue creada en 2011 cuando la programática empezó a surgir en Francia. Basada en la construcción algorítmica a medida y tecnologías propias inéditas, Tradelab controla y optimiza las campañas publicitarias multi-dispositivo de sus clientes, a través de subastas en tiempo real.

Datos de contacto:

Tradelab

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

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Nombramientos](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>