Nace Noddus, la plataforma tecnológica de contenido nativo que conecta marcas, medios y creadores

La aplicación de tecnología al mundo de los contenidos permite a las marcas ganar eficiencias en tiempos, costes y capacidad de análisis del impacto de sus mensajes

La inversión publicitaria en medios digitales en España está en auge. El estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales de IAB destaca que la inversión de publicidad en medios digitales supone ya el 31% del total de inversión de medios convencionales, situándose en segunda posición y recortando distancia a la televisión. El buen momento en digital se constata con las previsiones de cara al cierre de 2018, que estiman un crecimiento de la inversión del 10%.

En este contexto de inversión y crecimiento digital, ve la luz la plataforma de Noddus, una empresa tecnológica especializada en contenido nativo que conecta marcas, medios y creadores en una única plataforma y que automatiza la producción y distribución de contenidos en medios de comunicación. La compañía opera actualmente en Europa y LATAM. Además, en el 2019 proyecta la apertura de nuevos mercados para consolidar la región de EMEA, con especial foco en Reino Unido.

Noddus centraliza la creación, distribución y análisis de contenidos nativos en los medios digitales de mayor prestigio nacional e internacional mediante una plataforma con tecnología propia. A pesar del auge de otras herramientas nativas, Noddus se posiciona con una ventaja competitiva clara al poner su tecnología al servicio no sólo de la distribución de contenidos de marca, sino también de su concepción y producción. De esta manera, las marcas utilizan una única herramienta para toda su estrategia de contenidos, simplificando y optimizando al máximo sus recursos.

“Tras mi experiencia, hemos detectado que el 80% de las propuestas de contenido se caían por falta de eficiencias. Noddus se creó con la finalidad de resolver esta necesidad”, apunta José Enrique Rodríguez, director ejecutivo de Noddus con más de 12 años de experiencia en el sector. “Las marcas tienen el deseo real de invertir más en contenido y si no lo hacen es por problemas de tiempo, sinergias y costes. Por ello, creemos firmemente en estrategias de contenido nativo que se apoyen en un componente tecnológico en todas sus fases”.

El contenido se posiciona como el eje principal de las campañas en digital

Mediante la tecnología de Noddus, las marcas ganan una mayor exposición en medios con contenido de interés, lo que les permite tener una comunicación más orgánica con el consumidor final. Noddus provee a sus clientes un entorno curado en el que están presentes más de 150 creadores a los que se les asignan diferentes trabajos creativos: piezas editoriales, ilustraciones, diseños, vídeos, etc.

Todos ellos se encuentran a disposición de las marcas en el propio sistema, así se trabaja de manera centralizada en un único entorno. Una vez que los contenidos se han elaborado y pasan las diferentes aprobaciones o cambios en la propia herramienta, se publican adaptados al estilo y diseño editorial de cada medio. Tras la publicación, la herramienta de Noddus analiza en tiempo real la evolución de los

contenidos en toda la red de medios para su eficaz seguimiento y optimización.

“El nuevo ecosistema de Noddus permite a las marcas crear estrategias de contenidos de manera eficiente, y a los medios y creadores acceder a ingresos adicionales que hasta ahora no tenían”, concluye J.E. Rodríguez, que lidera el desarrollo de negocio de Noddus tras su paso por compañías multinacionales como Videology Group, Adconion o Adlink. “Hacer más eficiente el mundo de los contenidos y formar un ecosistema vivo en el que marcas, creadores y medios se beneficien entre sí es la principal motivación de Noddus y su tecnología”.

Datos de contacto:

Andrea Garcia

670597965

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>