

Nace Videoplaza Karbon 2 que une el “Big Data” con la publicidad en video online

Videoplaza, líder mundial en software para la gestión de publicidad en video online, lanza hoy su nueva plataforma para hacer frente a las nuevas tendencias de la venta de la publicidad basada en perfiles sociodemográficos y proporcionar a los medios un mejor control de su audiencia.

La plataforma está diseñada para que los medios de comunicación moneticen los datos de audiencia conocidos como “Big Data”, y aumenten beneficios vendiendo campañas por perfiles segmentados a través de diferentes dispositivos multi-pantalla: móviles, tabletas, televisiones conectadas a internet, y ordenadores. Cuenta además con una nueva herramienta de informes a tiempo real, pionera en el video online.

El entorno internet genera gran cantidad de datos de los usuarios, su localización, intereses y perfiles demográficos. Los anunciantes utilizando cookies para extraer los datos, se están especializando en una compra automatizada de publicidad por perfiles. Hasta ahora, la mayoría de medios a diferencia de los anunciantes no podían monetizar los datos de sus usuarios, y aprovecharlos para vender publicidad más segmentada, con mejores precios.

Los medios de comunicación deben actuar ahora para aprovechar la gran oportunidad de comercializar su audiencia mediante datos. Daniel Knapp, Director de Investigación de Publicidad de IHS Screen Digest, destaca esta gran oportunidad: "La industria de medios está experimentando un cambio radical en la forma en que se compra la publicidad digital, desplazándose de lo generalista a lo individual, pues los compradores quieren dirigir sus campañas hacia los segmentos de usuarios que son realmente relevantes. Aprovechar los datos de internet conduce a una segmentación por audiencia, y por ello los medios deben desarrollar una estrategia clara de datos para resituarse hacia una comercialización de publicidad por audiencia".

Sorosh Tavakoli, Presidente de Videoplaza, afirma que : "Nuestra predicción es que en 2015 la compra de publicidad por audiencia alcance el 30 por ciento del gasto publicitario en video online, equivaliendo a unos 2.000 millones de euros en EE.UU y Europa. Karbon 2 permite a los editores y emisores de vídeo vender por audiencia, demostrando el valor de estas audiencias a los anunciantes que, como resultado, podrán impactar a sus potenciales consumidores de forma más precisa y eficiente."

Concretamente, hablando del mercado español y latinoamericano Xavier Rius, Director General de Negocio para España, Portugal y América, comenta que debemos conectar nuestras empresas a fuentes de datos fiables, para evitar los problemas actuales en la segmentación de las campañas por perfiles, para responder a la demanda de las agencias de medios ahora. Nadie hasta hoy en el mercado hispano y americano lo ha logrado, porque los datos utilizados no han proporcionado perfiles de usuarios reales. Desde Videoplaza ayudaremos a los medios a conectar todo el “Big Data”

potencial a Karbon 2 sin errores, estamos trabajando en ello desde hace meses, y tenemos algunos socios locales de datos ya pre-integrados. Xavier Rius puntualiza diciendo que: "Karbon 2 es sin duda un avance enorme para los medios españoles y americanos para dejar atrás estos errores en la venta de publicidad por perfiles".

Juan Muñoz, Project Manager y Mónica García Moscoso, Online Marketing Manager, del grupo Motorpress Ibérica grupo medios de referencia para España y América Latina y nuevo cliente de Videoplaza destacan que: "Hemos realizado una gran apuesta para llevar nuestros contenidos al entorno de los móviles y las tabletas conectadas y el nuevo avance de Karbon 2 nos ayudará a conectar la segmentación multi-pantalla a los datos por audiencia, lo cual aumentará el precio de la publicidad y en consecuencia mejorará nuestros ingresos. Las agencias y anunciantes disfrutarán de una mejor segmentación hasta ahora desconocida".

Sabrina Torres, Directora General de Producto de Hi-Media España, una de las redes publicitarias líderes en España y uno de los mayores clientes de Videoplaza, añade: "Hemos visto como nuestra audiencia ha pasado de ver contenidos solo en el ordenador a verlos a través de una multitud de dispositivos. Por ello consideramos que la capacidad de Karbon 2 para rentabilizar los vídeos multiplataforma será fundamental para hacer crecer nuestros ingresos en publicidad de vídeo. Estamos deseando colaborar con Videoplaza en el próximo gran cambio del panorama publicitario: aprovechar los datos de audiencia para vender campañas segmentadas según objetivos e intereses del anunciante".

La plataforma ayudará a los medios a gestionar sus datos como un activo estratégico a través de los siguientes tres avances:

- "Karbon Data Alliance": La mayor alianza mundial de plataformas avanzadas de gestión de datos, seleccionados por su alcance y liderazgo en los mercados europeos y asiáticos, proporcionando datos de terceros y segmentación de audiencia. Entre los socios se incluyen Nugg.Ad, Audience Science, Enreach, Eyeota, Mobile.de, y Bluekai; nuevos socios adicionales se incorporarán en el futuro.
- "Karbon Audience Management": El exclusivo software multi-dispositivo y "libre de cookies" (No necesita guardar cookies), basado en la segmentación por audiencia. Su implementación permite a los medios rentabilizar los datos de audiencia propios y de terceros. A través de Karbon 2, obtendrán mayores precios y ventas de publicidad, además de lograr interesar a los anunciantes especializados en compra de publicidad por perfiles.
- "Karbon Insight" : Una herramienta de informes en tiempo real y gestión de información, flexible, capaz de generar decenas de miles de combinaciones de informes, que pueden ser compartibles con usuarios externos tales como anunciantes, y construido utilizando las últimas tecnologías de "Big Data".

Stephan Noller, CEO de Nugg.Ad, uno de los socios líderes europeos de la Karbon Data Alliance, finaliza destacando que: "Es necesario un cambio radical de estrategia. Los medios corren el riesgo de

perder ingresos substanciales si no se arman con los mismos datos e información que sus clientes. Estamos encantados de trabajar con Videoplaza en su Data Alliance”

Datos de contacto:

Katy Turner
VP Marketing

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>