



Tecnologia - Tecnologia, PubMatic: pubblicata guida del media buyer

Roma - 08 set 2021 (Prima Pagina News) Coinvolti 130 brand.

Il recente annuncio di Google relativo al ritardo della deprecazione dei cookie di terza parte su Chrome ha scombussolato il mondo dell'ad tech anche se molti editori e inserzionisti hanno tirato un sospiro di sollievo. Le decisioni di Google, tuttavia, non dovrebbero rallentare l'impegno del nostro settore nel trovare nuove e migliori modalità di offerta pubblicitaria rilevante ai consumatori. PubMatic non ha certo rallentato e, in collaborazione con Digiday, ha esplorato le priorità e le sfide dell'ecosistema legate all'addressability. Di recente abbiamo pubblicato "La guida del media buyer all'audience addressability" che ha coinvolto 130 brand e agenzie (rispettivamente il 26% e il 74% degli intervistati) per fornire il polso della situazione e un percorso da seguire. Risulta evidente dal nostro studio che molti marketer sono desiderosi di effettuare test, e la guida analizza ciò che i buyer stanno prendendo in considerazione - e le loro priorità - nel testare approcci alternativi all'addressability.

(Prima Pagina News) Mercoledì 08 Settembre 2021