

Royal Comunicación y Athenea licencian un software para conocer el impacto de la publicidad

Royal Comunicación, agencia de marketing y comunicación, junto a Athenea, consultora independiente de Marketing Effectiveness, han licenciado un software de modelización que va a permitir a la agencia conocer de primera mano y de forma analítica el impacto que tienen las decisiones publicitarias de sus clientes tanto pasadas como futuras

Royal Comunicación, es una agencia de marketing y comunicación, que junto a Athenea, consultora independiente de Marketing Effectiveness, han licenciado un software de modelización que va a permitir a la agencia conocer de primera mano y de forma analítica el impacto que tienen las decisiones publicitarias de sus clientes tanto pasadas como futuras.

Con este software, han adquirido el conjunto de herramientas y métodos matemáticos que permiten calcular el impacto de las campañas y su efecto en el incremento de una variable, normalmente cercana al negocio, como ventas, leads o volúmenes, entre otros.

Este software permitirá así realizar modelos econométricos de forma rápida y precisa para analizar la contribución de las diferentes estrategias de comunicación al incremento de un KPI de negocio del cliente. Royal comunicación, se reafirma con esta adquisición como una compañía que pone al cliente y sus resultados por delante.

Con esto, Royal Comunicación también se sitúa a la cabeza del mercado, adelantándose a escenarios ‘cookieless’, ya que los modelos de atribución convencionales “van a perder gran parte de su fiabilidad”, aseguran desde la agencia. Además, este software permitirá analizar los diferentes ROIs de una forma holística, teniendo en cuenta variables exógenas como la situación de la economía o el impacto de los competidores, entre otras.

Tal y como aseguran desde la agencia de marketing y comunicación, esta licencia del software “va a permitir realizar predicciones mucho más acertadas de los resultados de las campaña”. De esta forma, “se tendrán modelos de atribución que se ajustan a la realidad, aplicándose para determinar los resultados de futuras campañas, reduciendo el riesgo y la incertidumbre a la hora de tomar decisiones óptimas para los clientes”, finalizan.

Datos de contacto:

Nerea Rodríguez
699 355 225

Categorías: [Marketing](#) [Programación](#) [Software](#) [Ciberseguridad](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>