

# **Transformance, la nueva pata de Martech y performance Marketing de WAM Global**

**El Mercado viene de una época marcada por la falta de transparencia en la relación entre las agencias y los clientes que ha quedado obsoleta y que desde Transformance han dado la vuelta, comenzando por ceder el control absoluto al anunciante de su ecosistema publicitario**

Transformance, la nueva pata de Martech y performance Marketing de WAM Global ([www.wam.global](http://www.wam.global)) que nace como respuesta al cambio de paradigma impuesto en el sector que afecta al uso y gestión de los datos. Para ello apuestan porque todas las herramientas y plataformas utilizadas en las campañas sean del propio anunciante. Una fórmula que pretende aportar mayor transparencia convirtiendo sus datos en información 100% de su propiedad.

Desde el grupo WAM Global se detectó la magia y el efecto multiplicador que podía aportar esta pata de negocio a la vanguardia de su portfolio, en un escenario donde todo cambia con rapidez y lo que se busca es una relación de confianza entre las partes.

2023 es un año de retos para los CMO y es que según datos de Transformance, más del 80% de los departamentos de marketing aún no están preparados para afrontar los nuevos retos de la publicidad digital: un mundo sin cookies o la migración al nuevo stack tecnológico MarTech son sólo algunos de las grandes preocupaciones de los responsables de las compañías.

Transformance nace con la energía y la total consciencia de dar solución a estas preocupaciones de los CMO. No es casualidad que sus fundadores son profesionales con una dilatada experiencia en el sector y que han pasado a través de todos estos cambios a lo largo del tiempo, conociendo el ecosistema entero, y sobre todo, las necesidades intrínsecas de los anunciantes.

El mercado ha tendido a una falta de transparencia en la relación de las agencias con los clientes. Un modelo obsoleto que desde Transformance se ha transformado comenzando por ceder el control absoluto al anunciante de su ecosistema publicitario (accesos, asiento...) hasta el diseño de modelos retributivos claros y basados en resultados. De esta manera se logra optimizar los resultados de cada campaña y mejorar la relación entre el anunciante y los responsables de las campañas.

## Transparencia

¿Qué es Transformance? Podría parecer difícil explicarlo pero podría resumirse como dicen en WAM "el sueño de cada CMO". Transformance es una consultora de marketing cuyo ADN está enfocado al performance marketing y filosofía de ser 100% transparente con el cliente, "que vivimos como un verdadero partner". Esto se traduce en que el uso de las herramientas y las plataformas siempre pertenecerán al anunciante. Un cambio de mentalidad en el sector donde no es fácil conseguir la gestión completa de los datos.

Gracias a la experiencia de 15 años de sus fundadores (Alonso Soler y Jorge Carriazo Ortega), se detectó que uno de los escenarios más frecuentes tradicionalmente entre los anunciantes es la falta de información a la hora de acceder a sus datos e históricos ya que no les pertenecían. Por este motivo, la consultora hace dueño del dato al propio anunciante desde el primer momento que se empieza a trabajar. De este modo se puede acceder en cualquier momento a toda la información y lo que ocurre durante cualquier campaña.

### Tecnología

Como parte de su filosofía, Transformance es tech neutral, así trabaja con todas las plataformas tecnológicas disponibles en el mercado para hacer uso exactamente de la que se necesite sin intereses en plataformas específicas. De esta manera, se hace propietario de sus propios datos al anunciante, recomendando la que mejor se adapte a sus necesidades y momento actual de la compañía. Sólo así se entiende que se dispondrá de un ecosistema preparado para el mundo sin cookies.

Así, además de Activar, planificar, comprar medios y generar la mejor optimización de los mismos, desde Transformance se ofrece un servicio a la vanguardia en aspectos tecnológicos, asegurando una operación multiDSP con las mejores condiciones de compra y servicio. Esto se aplica al inventario general existente actualmente y la apertura de nuevas audiencias, como por ejemplo las identificadas plataformas de entretenimiento.

De la misma manera cuenta con acuerdos exclusivos con las principales Tecnologías, como GMP (SA, DV, CM...), Amazon Ads (DSP, Sizmek...) y Xandr (lo que permitirá operar sobre el inventario de Netflix a principios de 2023).

La confianza en este modelo de trabajo es tan cristalina, que desde Transformance las ventas digitales son el principal KPI. De este modo, la relación entre la agencia y el anunciante es clara y justa, siendo parte del presupuesto el pago por los resultados que se obtienen.

### Datos de contacto:

WAM Global  
605065567

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

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Software](#) [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>