

Verve Group y Scream Malmo aumentan su alcance un 21% activando la solución ID5 ID de PubMatic

Ambas empresas han empleado con éxito el ID5 ID dentro de PubMatic para llegar y dirigirse de manera efectiva a nuevos consumidores en la web móvil y en el desktop a escala

PubMatic, la plataforma de venta que ofrece resultados superiores para la publicidad digital, anuncia hoy que Verve Group, una solución global de publicidad global enfocada en el consumidor, y Scream Malmo, una agencia de medios sueca de servicio completo; han empleado con éxito el ID5 ID dentro de PubMatic para llegar y dirigirse de manera efectiva a nuevos consumidores en la web móvil y en el desktop a escala.

La desaparición de las cookies de terceros y los cambios en el IDFA de Apple requieren que los compradores de medios encuentren nuevas soluciones de medición y orientación de la audiencia, incluso en mercados como Suecia, donde Safari tiene una participación de mercado del 54% en el tráfico móvil.

Verve Group y Scream Malmo se asociaron con PubMatic para reinventar la personalización web móvil para una marca líder en pérdida de peso. Las pruebas A / B se realizaron a través de ofertas de mercado privado (PMP) en la web móvil (iOS y Android) y en el escritorio. En la fase inicial de la prueba, las campañas se ejecutaron sin aplicar una solución de identidad y, en la segunda fase, el ID de ID5 se activó a través de PubMatic.

Los resultados mostraron un aumento del 21% en el alcance en todos los tipos de navegadores cuando se aplicó la ID ID5. Además, Verve Group y Scream vieron un aumento del 30% en el alcance en la web móvil, aumentando al 90% en el inventario de iOS.

"El mercado está listo para diferentes soluciones de identidad que desempeñarán un papel importante en el futuro de la personalización, ayudando a los anunciantes a alcanzar sus objetivos de campaña", dijo Carl Liverstam, Director General de los países nórdicos en Platform161 (ahora parte de Verve Group). "Estamos encantados con los resultados que hemos logrado con PubMatic e ID5 y esperamos aprovechar las capacidades de personalización de audiencia ampliadas para maximizar el alcance y el rendimiento de nuestros clientes como parte de nuestra visión de proporcionar soluciones publicitarias que prioricen la privacidad".

"La incorporación de ID5 ID en nuestra estrategia de planificación y prueba de campañas nos ha permitido proporcionar nuevas ventajas a cada uno de nuestros clientes, con la personalización de la audiencia como elemento central. Esto asegura que no solo estamos pujando por las impresiones más óptimas, sino que también lo hacemos de la manera más eficiente y efectiva posible", dijo Carla Lind Andersson, Gerente de Medios de Scream.

“Los resultados demuestran claramente el valor agregado que brindan los identificadores de próxima generación. A través de pruebas como estas con PubMatic y Verve Group, los especialistas en marketing pueden maximizar el alcance en la era posterior a las cookies”, dijo Morwenna Beales, VP Global Strategic Partnerships en ID5.

“Los compradores de medios valoran los enfoques evolucionados de orientación a la audiencia, ya que proporcionan una plataforma de lanzamiento para una mayor capacidad de personalización en un mundo sin cookies. La orientación en el lado del SSP permite a los compradores de medios aprovechar todas las soluciones de personalización de las audiencias disponibles, como la identificación, el contexto y la orientación de datos de terceros. En PubMatic, capacitamos a los anunciantes para que tomen decisiones más informadas, obtengan eficiencias significativas y creen alternativas a largo plazo a la segmentación basada en cookies”, dijo Jonas Söderqvist, Director Regional para Europa del Norte en PubMatic.

Datos de contacto:

Axicom para PubMatic
653480029

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

Categorías: [Nacional](#) [Imagen y sonido](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>