

ADTZ gana el concurso para comercializar en exclusiva LaRazon.es

LaRazon.es cuenta con 1,6 millones de usuarios únicos y más de 12 millones de impresiones al mes según datos de Nielsen Market Intelligence

ADTZ (<http://adtz.com/>) ha ganado el concurso convocado por LaRazon.es (<http://larazon.es/>) para comercializar en exclusiva sus soluciones publicitarias entre agencias y anunciantes. LaRazon.es cuenta con 1,6 millones de usuarios únicos y más de 12 millones de impresiones al mes, según datos de Nielsen Market Intelligence.

LaRazon.es lanzó el concurso para la comercialización de sus soluciones publicitarias al que acudieron cuatro empresas y en el que finalmente salió elegida ADTZ, empresa líder en soluciones de marketing digital a través de la gestión y comercialización en exclusiva de soportes premium.

ADTZ, además de los diferentes formatos en la Home, Sección, Subsección y Noticias, también comercializará los anuncios pre y post-roll en vídeos, que, sólo el año pasado superaron las 2,85 millones de reproducciones.

Las versiones para iPhone y iPad de LaRazon.es fueron descargadas en 8.445 y 12.942 ocasiones, respectivamente, lo que originó que el año pasado el acceso a sus contenidos a través de estas plataformas experimentará un crecimiento promedio de más del 300 por ciento.

“Confiamos en ADTZ para que gestionen en exclusiva nuestro inventario y así puedan mejorar la optimización de nuestras soluciones publicitarias por el conocimiento y la experiencia que han mostrado con soportes premium como el nuestro, cuya oferta atiende a millones de personas cada mes a través de diferentes canales y formatos”, ha indicado Adolfo Pastor, Director de Publicidad de LaRazon.es.

“Sentimos una gran responsabilidad al tener a larazon.es en nuestra red de soportes premium, ya que aporta contenidos de calidad que son seguidos por una audiencia muy atractiva para agencias y anunciantes”, indica Jorge Rincón, director general de ADTZ.
