**¿Cómo se pueden beneficiar las grandes empresas y pymes de la compra programática para potenciar sus ventas?**

*Se trata de una tecnología moderna que garantiza mayor efectividad de inversión, ya que hace llegar un mensaje preciso a la persona indicada (audiencia) en el momento adecuado.*

*Escrito por: Melina Casco, Directora General de Darriens México*

**Ciudad de México, MÉXICO – Abril de 2016.** Las reglas del juego del marketing online están cambiando. Los usuarios están cada vez más informados y se muestran cada vez más demandantes tanto con los productos y servicios que consumen, como con los mensajes que reciben; exigen contenidos personalizados que sean relevantes e interesantes. Por ello, cada vez con más frecuencia las marcas que entienden esta necesidad emplean la compra programática para alcanzar eficientemente al público deseado, con el mensaje correcto y en el momento justo, a través de la pantalla apropiada, al mejor precio y en forma automatizada. *Programmatic* es la atención personalizada de la publicidad online que asegura un contacto frecuente y una interacción positiva con el usuario.

**¿Cuáles son los beneficios de la compra programática para las corporaciones y pymes?**

* **Eficiencia**: este modelo automatiza gran parte del proceso de compra de medios, minimizando el error humano, acortando tiempos y costos en la planificación, negociación, y *reporting*, entre otros.
* **Segmentación del público deseado**: al direccionar el mensaje a personas indicadas frente a sitios de interés, la compra programática garantiza que se muestren anuncios únicamente al público objetivo, sin importar el sitio web que visiten.
* **Personalización del mensaje**: al poder programar previamente qué mensaje se mostrará en función de otros factores como el entorno y momento del día, por ejemplo, se puede alcanzar al mismo usuario en diferentes momentos o contextos con el mensaje adecuado.
* **Programación del *timing*** **indicado**: al controlar la segmentación y la programación de la campaña, junto con la inteligencia y la capacidad de aprendizaje de la plataforma programática, las marcas pueden asegurarse de que el usuario es impactado en el mejor momento para responder positivamente al estímulo publicitario.
* **Selección del dispositivo apropiado**: al orientar la campaña a una audiencia específica, es posible coordinar la comunicación a través de diferentes pantallas como web tradicional, webs móvil, o aplicaciones, por ejemplo, o diferentes entornos: video o social media. Esto permite a las marcas estar presentes en el momento en que la persona adecuada se encuentra online, independientemente de dónde esté o qué esté haciendo.
* **Optimización del presupuesto**: la compra programática trabaja sobre un entorno de *Real Time Bidding* (RTB). Estas subastas en tiempo real garantizan que el anunciante únicamente pague el valor mínimo y justo por cada impresión, de acuerdo a su valor real para la marca y sus objetivos de campaña.
* **Automatización:** gracias a la utilización de grandes cantidades de datos (*Big Data*) obtenidos de diversas fuentes (anunciante, la plataforma misma y los proveedores de datos), la plataforma cuenta con la información necesaria para tomar decisiones en tiempo real, de acuerdo a los objetivos y la audiencia seleccionada por el anunciante específicamente para cada campaña.

A fin de brindar siempre los mejores resultados a nuestros clientes, desde Darriens desarrollamos una plataforma publicitaria de cara al anunciante (DSP ó Demand Side Platform), un ecosistema propio que simplifica el proceso de compra-venta de publicidad online. Esta plataforma contiene inventario publicitario multi-plataforma (display, mobile, social & video) a través de una extensa red de publishers propios, partners exclusivos y acuerdos con otras redes premium y SSPs. Se trata de la primera plataforma programática desarrollada en Latinoamérica, que tiene como objetivo ayudar a los anunciantes a potenciar sus campañas de publicidad digital, incrementar su rendimiento y mejorar el retorno de la inversión.

Esta herramienta es una excelente solución tanto para grandes empresas como para pymes ya que se trata de una plataforma auto-gestionada que permite eliminar los intermediarios (y por ende su fee) y trabajar de forma directa con los anunciantes. Ofrece la forma más rápida, transparente y segura para enviar el mensaje correcto, a la persona indicada en el mejor momento y por el mejor precio.

**Sobre Darriens -** [*Darriens*](http://darriens.com/)

Establecida en 2009 y con base en Buenos Aires, Argentina, actualmente cuenta con oficinas en Brasil, México, Chile, Uruguay, Israel y Singapur, que suman conjuntamente más de 90 colaboradores.

Con clientes en los cinco continentes, provee productos y servicios para los principales jugadores de la industria publicitaria (anunciantes directos, agencias, trading desks, ad-networks y otros exchanges).

Gracias al trabajo de un gran equipo de profesionales, ha desarrollado el primer DSP multi-pantalla y multi-plataforma con capacidades programáticas en América Latina.

**Contacto de prensa**

[Medialo Consulting](http://medialoconsulting.com/)

Laura Vaillard - laura.vaillard@medialoconsulting.com

15.3779.2137/ @lvaillard