

2019 Programmatic Advertising Ecosystem Spain

Content Providers

Advertisers

Data Providers & Technologies			
Selling Technologies	Buying Technologies		Agency Trading Desks
	Exchanges		Agencies
Sales Houses & Ad Networks			
Delivery Systems, Tools, Analytics, Verification & Privacy			
Created & Published by			

2019 Programmatic Advertising Ecosystem Spain

Agencies

Una agencia de publicidad o una agencia de medios es una compañía especializada dedicada a crear estrategias, planificar y gestionar publicidad (y a veces otras formas de promoción) para sus clientes. Una agencia de publicidad es independiente del cliente y proporciona un punto de vista objetivo en el esfuerzo de vender los productos y servicios del cliente. (fuente: Wikipedia)

Agency Trading Desks

Las Agencias Trading Desk son departamentos especializados dentro de los grandes grupos de agencias que utilizan tecnología propietaria o un Demand Side Platform (DSP) para comprar y optimizar, a menudo en tiempo real, los soportes y las audiencias en Ad Exchanges, Ad Networks, Sell Side Platforms (SSPs) y otras fuentes de inventario disponible a las cuales estén conectadas.

Buying Technologies

Son plataformas de tecnología focalizadas en la automatización de la compra de medios para agencias, trading desks y anunciantes. Las soluciones de compra están conectadas con varias fuentes de inventario diferentes como Ad Exchanges, Ad Networks y Sell Side Platforms (SSPs). Ofrecen beneficios como la simplificación del flujo de trabajo, informes integrados, compra algorítmica de medios, optimización creativa, manejo de datos y las capacidades del Real-Time Bidding (RTB)

Data Providers & Technologies

Los proveedores de datos recogen, compilan y venden (de forma anónima) datos de los consumidores (online). Las plataformas de manejo de datos gestionan, protegen y recogen los datos desde distintas fuentes online y offline y los convierten en información para la acción que puede ser utilizada por compradores y vendedores.

Delivery Systems, Tools, Analytics, Verification & Privacy

Los sistemas de entrega, herramientas y análisis son las tecnologías que ofrecen características específicas al ecosistema publicitario. Aseguran que distintos tipos de anuncios son servidos, medidos y validados, proporcionando seguridad y privacidad a los anunciantes y editores, ofrecen métodos de targeting (selección de perfiles) únicos para las campañas publicitarias, proporcionan una gestión simplificada de los tags o soporte para la facturación.

Exchanges

Son plataformas de tecnología y mercados que conectan la oferta y la demanda y facilitan la conexión entre ellas. Automatizan la compra y la venta de medios online en tiempo real.

Sales Houses & Ad Networks

Una capacidad subcontratada a anunciantes, agencias y editores para vender y comprar los medios de comunicación. Las Sales Houses a menudo trabajan de forma exclusiva para los editores, vendiendo de forma estándar y exclusiva a los anunciantes y agencias. Las Ad Networks pueden tener un enfoque general o especializarse en un área determinada, como el retargeting, el audience targeting, móvil, vídeo o marketing de afiliación.

Selling Technologies

Son plataformas de tecnología que permiten a los propietarios de los medios automatizar la venta de medios online en tiempo real y maximizar sus ingresos. Ofrecen una eficiente, automatizada y segura forma de aprovechar distintas fuentes de demanda disponibles, administrar los rendimientos y proveer información útil sobre el flujo de ingresos y audiencias.