

Captify e Smart: una partnership che unisce l'immediatezza dei Search Intent Data al Premium Publisher Supply, per un programmatic buying più efficiente.

Grazie alla Programmatic Search Intelligence (PSI) di Captify, i buyer possono attivare segmenti di pubblico dinamici alimentati da dati di ricerca aggiornati su larga scala in tempo reale, creando deal cross-publisher all'interno dell'ecosistema premium e sicuro di Smart.

Milano, 4 novembre 2020 – **Captify**, il leader globale della Search Intelligence, insieme a **Smart AdServer** (Smart), la principale tecnologia pubblicitaria indipendente creata per fornire il collegamento più diretto tra buyer e publisher, annuncia oggi una partnership globale pensata per rendere il programmatic buying più efficiente in una fase come quella attuale, in cui i brand si affidano sempre più ai media digitali per compensare la perdita di entrate attribuibile alla pandemia COVID-19. La partnership tra le due aziende fornirà ai buyer l'accesso alle audience rese disponibili dalla Search Intelligence di Captify, sovrapposte all'inventario premium di Smart attraverso la creazione di accordi personalizzati tra publisher.

“Captify è sbarcata in Italia poco più di un anno fa portando traffico estremamente qualitativo sia alle campagne con obiettivi awareness che a quelle con obiettivi performance, e fornendo inoltre ai propri clienti preziose analisi sul comportamento dei consumatori altrimenti impossibili da osservare”, spiega **Nelson Gregory Francesca, Direttore Commerciale Italia di Captify**. Che aggiunge: “Captify riesce infatti a comprendere ciò che le persone cercano su milioni di siti ed elabora i dati per creare audience personalizzate in tempo reale, raggiungendo gli utenti con formati display, video e custom. Inoltre, fornisce ai propri clienti una suite di Insight di analisi pre, durante e post erogazione delle campagne, preziosissimi per valutare e aggiornare l'intera strategia di targeting”.

Se utilizzati nell'inventario premium di Smart, i segmenti di pubblico personalizzati, dinamici e strategici di Captify offrono ai buyer programmatic un accesso esclusivo a un ambiente al 100% brand-safe. Ciò consente ai buyer di accedere contemporaneamente agli spazi pubblicitari di diversi publisher premium, tramite **un unico Deal ID** nella loro DSP preferita, garantendo la trasparenza dei deal diretti senza sacrificare la scalabilità.

Captify utilizzerà la piattaforma "Smart Buyer Connect (SBC)", innovativa e integrata verticalmente a livello mondiale, per consentire l'attivazione delle audience di Captify in combinazione con i parametri di targeting di Smart, inclusi il formato e i criteri di performance. Ciò consente ai buyer di prevedere la reach e anche di creare, aggiornare e ottimizzare deal personalizzati sui publisher di alta qualità di Smart. Questo può essere fatto tramite self-service o per conto dei propri clienti, agenzie e trading.

Questa partnership tra Captify e Smart è significativa per buyer programmatic europei:

- C'è richiesta di più dati di ricerca aggiornati, dinamici e conformi alle normative sulle privacy che forniscano l'intent, con il consenso di utilizzo nello spazio programmatic.
- I dati di ricerca dinamici di Captify rivelano ai brand le audience più ricettive e, spesso, inaspettate, analizzando i momenti di consideration e intent dei consumatori in tempo reale e andando oltre i segmenti demografici obsoleti.
- Gli inserzionisti hanno la necessità di essere sicuri che il loro brand apparirà negli ambienti più brand-safe e rilevanti.



- L'efficienza del media è migliorata poiché gli inserzionisti possono accedere all'inventario da numerosi publisher premium contemporaneamente, in modo rapido e semplice, tramite un unico Deal ID nella DSP di loro scelta. In un contesto di ottimizzazione del valore in cui sia i costi che l'efficienza operativa sono fondamentali, questo fornisce loro la stessa trasparenza dei deal diretti, senza sacrificare la scala.
- Gli inserzionisti possono testimoniare che ogni euro investito nei media genera multipli di ricavo.

Vincent Pelillo, Presidente Europa di Captify, ha commentato: "Le persone fanno ricerche continuamente. La natura dinamica e 'always-on' della Search genera segmenti di audience nuovi e in continua evoluzione – non segmenti di dati obsoleti e già troppo utilizzati. Come azienda, ci siamo impegnati per risolvere un problema del settore, quello della scarsa efficacia dei dati, in un modo che sia conforme alle normative sulla privacy. In una fase in cui i brand devono avere la massima fiducia e i migliori risultati possibili, questa partnership finalmente consente ai buyer programmatic di non accontentarsi più di dati a lunga conservazione ma di combinare i nostri dati con l'offerta premium di alto livello di Smart ottenendo un doppio vantaggio."

David Pironon, Chief Programmatic Officer di Smart, ha commentato: "Questa partnership con Captify è un grande traguardo per Smart: consentirà agli inserzionisti un facile accesso a audience altamente mirate su larga scala. La partnership crea anche un grande valore per i nostri publisher, attraverso una richiesta di qualità aggiuntiva; in un contesto in cui i dati altamente rilevanti scarseggiano, la nostra partnership con Captify offre un'importante alternativa ai publisher per aumentare il valore della loro inventory in modo efficace, rispettoso della privacy e assolutamente brand-safe".

Gli inserzionisti e i publisher interessati ad aumentare l'efficacia delle loro iniziative di marketing attraverso la Programmatic Search Intelligence di Captify possono avere maggiori informazioni scrivendo a: **milano@captify.it**.

Per maggiori informazioni su Captify: [Captify.co.uk](https://www.captify.co.uk)

Per maggiori informazioni su Smart AdServer: [Smartadserver.com](https://www.smartadserver.com)