



## Appuntamenti Contents Ads: la nuova Business Unit con focus su Media e AdTech debutta allo IAB Forum

La divisione all'esordio si avvale dell'Intelligenza Artificiale per valorizzare le audience. Dal 15 al 16 novembre sarà presente allo stand 8 dell'evento focalizzato sull'innovazione digitale

Allo IAB Forum di Milano, uno dei più importanti eventi digitali europei, debutta Contents Ads, la nuova Business Unit di Contents.com, la scale-up specializzata in soluzioni AI-based per la generazione di contenuti multimediali. Dal 15 al 16 novembre, i visitatori del Forum potranno così scoprire, passando per lo stand numero 8, le soluzioni avanzate da Contents Ads per ottimizzare le proprie audience di prima parte tramite l'Intelligenza Artificiale e soluzioni tecnologiche avanzate. Contents Ads, lavorando in sinergia con Contents.com e supportata dalla tecnologia proprietaria, si occupa di raccogliere, analizzare e "clusterizzare" i dati degli utenti, per definirne modelli comportamentali ideali e agevolare i brand al raggiungimento dei KPI. Il progetto è guidato commercialmente da Alessandro Calatroni in qualità di Head of Sales & Account Management e Mario Marzullo come Chief Product Officer. Il team, composto da più di 20 persone, si espanderà ulteriormente con l'ingresso di nuove figure in Italia e prevede di estendersi in Spagna, Francia e Regno Unito entro il 2023. "Il vero punto di forza di Contents Ads è dare ai brand la possibilità di parlare direttamente alle audience giuste. Disponendo di centinaia di migliaia di contenuti proprietari che attraggono milioni di utenti quotidianamente, siamo in grado di collezionare e analizzare i dati, così da offrire ai clienti servizi integrati e customizzati

sulle loro esigenze", spiega Alessandro Calatroni, Head of Sales di Contents Ads. "Il business già avviato all'inizio del 2022 ha un enorme potenziale di crescita: basti pensare che a fine anno, dopo solo 8 mesi di vita, abbiamo un portafoglio clienti vasto ed eterogeneo che ci ha permesso di raggiungere importanti obiettivi". Contents Ads, grazie alla sinergia con la casa madre, colleziona e clusterizza i dati degli utenti che fruiscono i contenuti sviluppati tramite AI. Infatti, oltre alla possibilità di fare advertising sulle proprie properties, permette, attraverso l'integrazione tra l'Audience Builder, un sistema di raccolta dati, e la DSP (Demand Side Platform), una soluzione tecnologica di ultima generazione, AI-based, che i dati di prima parte vengono attivati e resi dinamici. Questo sistema, che consente una profilazione costantemente aggiornata, permette ai brand di adattare le proprie strategie di comunicazione alle singole campagne pubblicitarie per raggiungere gli obiettivi di business prefissati. Nel 2023 grazie all'ingresso di figure chiave in ambito AdTech e Martech, Contents Ads darà la possibilità ai brand e alle agenzie di usufruire delle loro audience di prima parte anche in modalità self-service, attraverso un collegamento diretto tra le Contents audience e le tecnologie in house dei partner.





► 4 novembre 2022



ALESSANDRO  
CALATRONI

 **contents ads**

