



Comunicado de prensa

MediaMath firma acuerdo con Nielsen para integrar Digital Ad Ratings (DAR) como nueva herramienta a su plataforma

- *El acuerdo permitirá eficientar la toma de decisiones para anunciantes y expertos en medios.*

Ciudad de México, a 27 de marzo de 2016 – Nielsen anunció la firma de un acuerdo con MediaMath el cual permitirá a este último, integrar Digital Ad Ratings (DAR) a la plataforma de compra programática de medios *TerminalOne*. DAR provee un análisis comprensivo y casi inmediato de las audiencias en *Desktop* y *Mobile* de las campañas publicitarias digitales, ya que la información está disponible al día siguiente.

La medición de DAR, la cual es comparable con la medición de ratings de televisión que en México realiza Nielsen IBOPE, empresa líder en México, permitirá a los anunciantes y expertos en medios que utilizan MediaMath, contar con información consolidada acerca de su público objetivo para colocar los mensajes indicados en web y móvil en el momento preciso.

En este sentido, Mariano Jorquera, Director de Nielsen Digital en América Latina señaló, “estamos muy contentos de proveer a MediaMath con una herramienta como DAR, para ayudar a sus clientes a realizar evaluaciones con mayor precisión sobre las audiencias digitales y así eficientar las inversiones de las campañas publicitarias *online*.”

Por su parte, Fernando Juárez, Managing Director de MediaMath en la región, comentó que “sumar a nuestra plataforma la herramienta de Nielsen, Digital Ad Ratings, representa una novedad sumamente atractiva para los usuarios de nuestra tecnología de marketing programático. En un año donde el crecimiento de la compra programática de medios en el país va a ser significativo, este acuerdo con Nielsen demuestra que ambas empresas están en la vanguardia de esta transformación digital.”

ACERCA DE NIELSEN

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) es una compañía global que proporciona una comprensión de lo que los consumidores ven (Watch) y compran (Buy). El segmento de Watch de Nielsen ofrece a los clientes de medios y publicidad, servicios de medición de audiencia Total Audience en todos los dispositivos en los que el contenido –vídeo, audio y texto- se consume. El segmento de Buy ofrece, a los fabricantes y los minoristas de bienes de consumo, la visión global de la industria del desempeño minorista. Mediante la integración de la información de los segmentos Watch y Buy, y otras fuentes de datos, Nielsen ofrece a sus clientes una medición de

calidad mundial y análisis que ayudan a mejorar su desempeño. Nielsen, una compañía S&P 500, tiene operaciones en más de 100 países que cubren 90% de la población mundial. Para más información, visite www.nielsen.com

ACERCA DE NIELSEN IBOPE

Nielsen IBOPE (IBOPE AGB México, S.A. de C.V.) es una compañía líder en medición de audiencia de medios en México. Es el resultado de la fusión de Nielsen, la compañía que proporciona comprensión de lo que ven y compran los consumidores, con operación en más de 100 países; y el grupo IBOPE Media, líder en la medición de las audiencias y los consumidores en 13 países de Latinoamérica. Nielsen IBOPE estudia el comportamiento de los televidentes y radioescuchas, usuarios de Internet y la publicidad out of home, así como los hábitos del consumidor y estilos de vida de los mexicanos en las principales ciudades del país. Para más información, visite <https://www.nielsenibope.com.mx/>

ACERCA DE MEDIAMATH

MediaMath (www.mediamath.com) es una compañía global de tecnología que, a través de su TerminalOne Marketing Operating System™, lidera el movimiento que está revolucionando el marketing tradicional con resultados transformadores para los anunciantes.

Fundada en 2007, MediaMath resulta pionera en la industria al introducir la primera plataforma DSP (Demand Side Platform). Es la única empresa de su categoría que ofrece una plataforma abierta que desata el poder del marketing a escala, basado en objetivos, haciéndolo de forma transparente. TerminalOne, a través de datos de audiencias, automatiza y optimiza la ejecución de las interacciones en todos los medios posibles ofreciendo un rendimiento superior con transparencia y control para el anunciante; y mejor aún, ofreciendo las mejores experiencias individualizadas para los consumidores.

MediaMath cuenta con un equipo directivo experimentado con presencia en 18 oficinas en los cinco continentes. Los clientes clave incluyen a los holdings de las agencias principales que operan con las mejores marcas del mundo.

Para más información: www.mediamath.com Twitter: @MediaMath, LinkedIn www.linkedin.com/company/mediamath

Para mayor información a medios:

Jenniffer Zamudio • Directora de Comunicación Externa, Nielsen LatAm • Jenniffer.zamudio@nielsen.com

Fernanda Paredes • VP Marketing & Communications, Nielsen LatAm • fernanda.paredes@nielsen.com

Matías Comella • Director de Marketing para LatAm, MediaMath • mcomella@mediamath.com

Síguenos en:  