

COMUNICATO STAMPA

Oz PostBid: Header Bidding a misura di publisher

Nuovo importante rilascio per Oz Digital, che consentirà ai clienti della Meta-SSP di ottimizzare i ricavi da più piattaforme.

MILANO, 22 Marzo 2018 – L' Header Bidding rappresenta una grande opportunità per il mercato italiano del Programmatic Advertising.

Con l'adozione di questa soluzione è infatti finalmente possibile far competere diverse sorgenti di monetizzazione innalzando il valore medio degli RPM. Diversi sono i wrapper e, più in generale, i framework nati per supportare gli editori dal punto di vista tecnologico.

Esiste tuttavia un elemento di disomogeneità di notevole impatto: la **mancanza di uniformità dei prezzi** offerti dalle SSP per l'acquisto delle impression, che si traduce in un fattore di rischio in grado di pregiudicare la correttezza delle aste.

L'auction-price non è al momento regolamentato da uno standard comune che permetta una corretta comparazione dei prezzi.

Ogni player ha adottato una propria modalità di esposizione della valorizzazione: alcuni espongono un importo gross, ovvero prima della decurtazione della fee tecnologica, altri un valore net. Alcuni dichiarano i prezzi in Euro, altri utilizzano il Dollaro. In tal modo il parametro alla base del meccanismo di aggiudicazione delle impression, l'asta, è in realtà lo stesso che ne inficia l'efficacia.

Il rilascio di **Oz-Postbid**, disponibile da questa settimana come servizio della piattaforma **Oz Digital**, è stato pensato per risolvere questo problema, consentendo **a tutte le SSP integrate di parlare lo stesso linguaggio**.

Con l'introduzione del **PriceAdjustment**, l'auction-price viene convertito uniformemente in net-price – ovvero il prezzo al netto di costi di piattaforma - per tutte le SSP connesse.

Il **CurrencyModule** invece uniforma le valute utilizzate dalle SSP risolvendo il problema del disallineamento tra i diversi auction-price.

Ne consegue una **reale e più corretta comparazione tra le bid**, tale per cui la vincente è effettivamente la bid che **massimizza la redditività dell'impression** offerta dall'Editore.

La nuova feature è perfettamente in linea con il posizionamento e la mission di Oz Digital: essere a fianco dell'editore per ottimizzare tramite un'unica interfaccia tutte le possibili fonti di monetizzazione in ambito Programmatic, ottenendo la miglior valorizzazione dell'inventary con un approccio agnostico rispetto alle singole SSP.

CONTATTI STAMPA

Next 14

Laura Venturini

M. +39 3484511343

@ press@next14.com

About OZ DIGITAL

www.ozdigital.com

Pioniere nelle Programmatic Technologies sin dal 2011, Oz Digital è oggi una delle principali realtà AdTech in Italia e Spagna nel mondo dell'advertising. Si rivolge ai publisher e alle concessionarie pubblicitarie offrendo una piattaforma integrata con tutti i principali sistemi di monetizzazione degli spazi pubblicitari display, mobile e video. E' oggi parte del Gruppo Next 14.