

TOUCH POINT TODAY

Data: 13.01.2021 Pag.: 13
Size: 145 cm2 AVE: € .00
Tiratura:
Diffusione:
Lettori:



FATTORE MAMMA-MEDIA SCEGLIE DATALIT.AI PER LA CUSTOMER INTELLIGENCE

Il network di siti e app **FattoreMamma-Media**, che aggrega e sviluppa canali innovativi di relazione con le mamme, con un particolare focus sulla gravidanza e la prima infanzia, ha scelto **DataLit.AI**, il framework tecnologico basato su Intelligenza Artificiale del gruppo **Datrix**, specializzato in Augmented Analytics. Gli obiettivi sono: incrementare e ottimizzare la raccolta e l'analisi dei dati di prima parte relativi agli utenti registrati sulle proprietà digitali del network (data governance), integrare i first-party data digitali con il CRM in un data lake appositamente sviluppato

(data integration), applicare modelli di machine learning di profilazione predittiva agli utenti non registrati per trasformarli, al pari degli utenti registrati, in audience pubblicitarie (data modeling), massimizzare i ricavi da programmatic advertising (data activation & monetization). La soluzione DataLit.AI raccoglie e analizza minuziosamente i dati di prima parte socio-demografici (molto analiticamente, ad esempio fino al CAP) e relativi ai comportamenti e agli interessi dei lettori, può arrivare a predire la loro propensione all'acquisto e conseguentemente profila granularmente

l'inventory. È facile comprendere come tale attività venga svolta nell'interesse degli inserzionisti interessati a raggiungere audience non convenzionali per ottenere migliori tassi di conversione e quindi migliori ritorni sui loro investimenti pubblicitari.

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile