

PRESS KIT - TRADELAB, MILANO

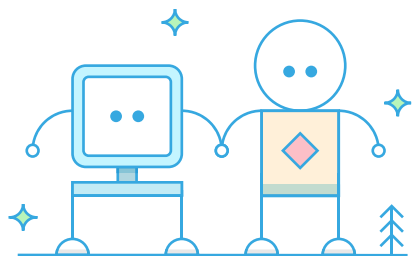
LA SOCIETÀ

CHI

Nata nell'aprile del 2011, Tradelab è una piattaforma di acquisto programmatico a disposizione delle marche e delle agenzie. Fondata su un insieme di tecnologie proprietarie inedite, Tradelab gestisce e ottimizza le campagne pubblicitarie display, mobile, video e TV dei suoi clienti, attraverso un sistema di aste in tempo reale. Nel 2014, ha avviato il suo processo di espansione all'internazionale scegliendo l'Italia come prima sede estera.

COSA

Mettiamo a disposizione una piattaforma di acquisto trasparente che offre una completa visibilità e un controllo ottimale dell'esperienza di marca. I tool Tradelab sono specializzati nell'identificare l'audience e nell'accompagnare rispettosamente gli utenti dalla fase di acquisto a quella di fidelizzazione.



COME

Senza tergiversare in eterni dibattiti su Branding vs Performance, Tradelab basa le sue strategie su un modello ibrido e innovatore, che rispetta il contesto di diffusione dell'immagine del brand dell'inserzionista, senza intralciare le performance grazie ad un targeting dell'audience ultra-profilato.

PERCHÉ

In un contesto in cui gli ad-blocker divengono una reale minaccia per tutta la catena di valore (inserzionista, editore, utente), la nostra missione è ridare alla pubblicità la sua originaria funzione di servizio all'utenza, riconciliando in modo stabile i brand con la loro audience.

I FONDATORI



YOHANN DUPASQUIER

Ingegnere Multimediale di formazione, laureato all'HEC Business School, Yohann Dupasquier ha sviluppato il suo primo sito internet all'età di 15 anni. Il suo percorso professionale inizia presso Lagardère Publicité nel 2002. Successivamente lancia non meno di 4 start-up nel webmarketing e nella pubblicità online, tra cui Pulpmedia e Keyline (venduta nel 2006). Nel 2010 fonda Tradelab Publishing e, all'inizio del 2011, Tradelab Trading Desk con Charles Gros.



CHARLES GROS

Forte dei suoi 15 anni di esperienza nel marketing digitale, Charles Gros si definisce un esperto dei media online. È stato Direttore dello Sviluppo Commerciale presso Zanox, Direttore Media per l'Adconion Media Group e Direttore Operazionale presso l'Etoile Media Group, prima di fondare Tradelab con Yohann Dupasquier all'inizio del 2011.

COUNTRY MANAGER ITALIA

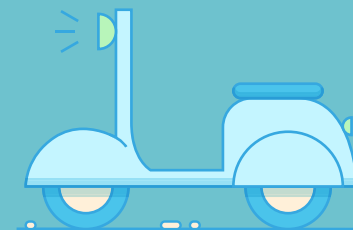


GAETANO POLIGNANO

Laureato in Economia e ad oggi riconosciuto esperto del marketing programmatico, Polignano vanta più di sei anni nell'ambito del Real Time Bidding.

In precedenza responsabile del programmatic per il sud Europa in HiMedia a Parigi, il manager ha contribuito attivamente alla trasformazione programmatica del gruppo. Rientrato a Milano nell'ottobre 2012, ha ricoperto la carica di direttore commerciale della Demand Side Platform di Adform e ha sostenuto la crescita della società fino a spingere la DSP tra le più utilizzate in Italia.

Da ottobre 2014 integra l'equipe internazionale di Tradelab con il ruolo di Country Manager per l'Italia, con l'incarico di curare lo sviluppo locale e di evangelizzare un mercato poco maturo ma in piena crescita.

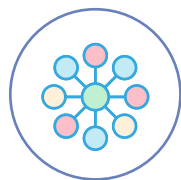


METRICS

4 ANNI DI ESPERIENZA



65 esperti



200 clienti attivi



4° buyer
in Europa*



23 trofei
vinti



4500 campagne



5 uffici



Accesso esclusivo a 38
milioni di profili qualificati



Accesso al 100% delle
inventory pubblicitarie

IL PARERE DEI NOSTRI CLIENTI

“Considerata la complessità di un settore come quello dell’RTB, l’asso nella manica di Tradelab è l’impegno pedagogico che dedica a ogni cliente. In questo modo ci permette di apprendere al meglio le differenti strategie che mettiamo in atto durante le nostre campagne, soprattutto in fase di Test & Learn, quando orientiamo i nostri investimenti verso i migliori risultati”.

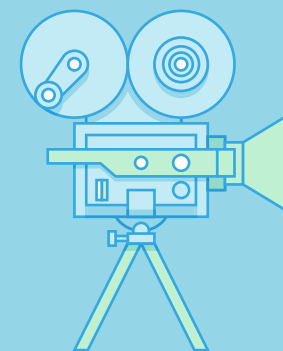
Frédéric BERLIE,
Responsabile Marketing Digitale, DARTY

“Lavoriamo da più di un anno e mezzo con Tradelab su problematiche di scenarizzazione dei messaggi pubblicitari presso la nostra audience, abbiamo inoltre integrato recentemente la IPTV che si presenta come una logica continuazione nelle strategie pubblicitarie multi-devices”.

Florence Lemesle,
Responsabile Pubblicità & Partnership Media di Futuroscope

Se lavoriamo da un anno con Tradelab è perché abbiamo ottenuto dei buoni risultati. Li abbiamo messi alla prova su alcuni indicatori e possiamo dire che, ad oggi, siamo completamente dentro gli obiettivi, siamo riusciti ad ottimizzare al massimo le nostre conversioni e speriamo che continui in questo modo.

Maïana Darmendrail,
Responsabile del Servizio di Comunicazione Digitale presso Toyota Francia



Vedere le videotestimonianze

RISORSE

Foto e loghi

Storia e Team

Team Internazionali

Scoprire il Programmatic



PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

Martina Zavagna,
Italian Programmatic Manager

mz@tradelab.com
+33 1 85 76 29 52



https://twitter.com/Tradelab_IT



<https://www.linkedin.com/company/tradelab-programmatic-platform>



https://instagram.com/tradelab_rt



<https://www.flickr.com/photos/133371281@N05>