

Entrevista a
Fernando Colmenar

AD

TECH

DSP

El equipo de Adtech es el responsable de desarrollar nuestro DSP, la plataforma con la que trabaja desde Marketing el equipo de RTB liderado por Miriam Canales. Durante los últimos meses, Adtech ha estado trabajando en conseguir continuas actualizaciones en nuestro DSP.

Hoy entrevistamos a Fernando Colmenar, Adtech Manager, para que nos explique en qué consisten.

Entrevistador: Fernando, cuéntanos por qué es importante estar actualizados en este sector.

Fernando: Es un sector en constante cambio, y nosotros en Telecoming siempre intentamos estar al día. De hecho, una de las novedades que quería contaros es la actualización de nuestro protocolo de comunicación entre los AdExchanges del mercado y nuestro DSP para pujar por huecos publicitarios. Esto se ha hecho para poder adaptarnos a una comunicación común de todos los AdExchanges del mercado, que ya funciona.

E: ¿El volumen de datos que pasa por el DSP es complejo de manejar?

F: Sí, y por eso, para poder almacenar todo y evitar su pérdida, se ha desarrollado un sistema de ingesta haciendo pasar la información por diferentes tecnologías que logran crear compartimentos estancos de datos y así asegurar la disponibilidad de estos ante cualquier imprevisto.

E: ¿Qué procesos hemos automatizado en nuestro DSP?

F: Muchos, por señalar alguno: Las IP's están directamente relacionadas con la rentabilidad de un DSP. Cada IP pertenece a un usuario, y cada usuario puede ser o no rentable. No hay IP's para todo el mundo, por lo que internet las recicla y reasigna a otros usuarios. Hemos integrado un sistema automático de actualización de IP's, de tal manera que tan sólo una vez al mes y con sólo dar a un botón, se nos actualizan los rangos con IP's con mayor tasa de conversión en cada medio publicitario.

E: ¿Cuáles son las últimas integraciones que se han logrado en nuestro DSP?

F: Quiero destacar dos. La primera de ellas, con Mobupps, que han sido los últimos en integrarse, y tiene la capacidad de ofrecer subastas de 4.500 Apps – publishers e impresiones de 25MB en 180 países diferentes. Por otro lado, gracias a la buena relación que tenemos con los creadores de la app ShareIt, hemos conseguido integrarnos con ellos.

E: En cuanto a los usuarios, ¿hacemos algún tipo de diferenciación?

F: Sí, esa es otra de las novedades, y es que ahora, nuestro DSP es capaz de crear listas de usuarios, hasta una por campaña, para poder excluir a usuarios que por el motivo que sea, no queremos pujar por ellos.

E: Creemos que desde Marketing están muy agradecidos con estas actualizaciones...

F: Eso espero. Mediante la creación de un algoritmo basado en reglas definidas por ellos mismos, el sistema decide de forma autónoma si parar o arrancar una campaña. ¡Creo que es una pequeña ventaja para el equipo de RTB!