



SHOWHEROES

COMUNICATO STAMPA

21 settembre 2021

ShowHeroes Group lancia la soluzione innovativa di targeting contestuale per le CTV

ShowHeroes Group, tra i principali fornitori di soluzioni video in Europa, annuncia oggi il lancio di SemanticHero per CTV, un prodotto pionieristico che sbloccherà nuove opportunità per tutti i player principali nell'ecosistema digitale.

Con la sua reputazione per il targeting semantico a livello internazionale, SemanticHero adesso consente anche una comprensione completa e con diverse sfumature del contesto all'interno del inventory CTV. Il suo approccio basato sull'intelligenza artificiale utilizza una combinazione di fonti disponibili, inclusi metadati e dati EPG, per comprendere il pieno significato dei contenuti CTV.

La tecnologia all'avanguardia di ShowHeroes Group permette a inserzionisti e publisher di erogare campagne e monetizzare i contenuti nel mondo delle CTV in modo molto più efficace, evitando lo spreco di inventory, inserendo gli annunci in ambienti brand-safe e più pertinenti.

Il mercato delle CTV è già ben consolidato negli Stati Uniti, con il 73% degli acquirenti di inventory CTV che hanno spostato nell'ultimo anno il proprio budget di marketing dalla TV tradizionale alla CTV, secondo l'IAB. Con l'aumento dell'uso del CTV durante il lockdown, è probabile che questa tendenza venga ripresa anche in Europa, poiché i marchi cercano nuovi modi di penetrare in ambienti di targeting privilegiato.

Il lancio di SemanticHero per CTV è supervisionato da Sarah Lewis, Global Director CTV di ShowHeroes Group ed ex dirigente di SpotX. Con diversi anni di esperienza nei media digitali e nel marketing, Lewis non solo rafforza il team di gestione, ma migliora anche in modo significativo le competenze di marketing CTV dell'azienda.

Sarah utilizzerà la sua profonda conoscenza dello spazio CTV per fornire innovazione sia dal lato della demand sia dal supply della pubblicità video digitale.

"Questo è un grande momento nell'evoluzione dei prodotti di ShowHeroes Group per la portata della nostra intelligenza semantica", afferma Sarah. "La ricerca mostra che il [65% degli spettatori di CTV desidera pubblicità pertinente, in particolare riguardo allo show che stanno guardando](#).

"SemanticHero for CTV consente agli inserzionisti di indirizzare esattamente il contesto giusto per il loro brand, andando ben oltre ciò che è possibile con altre soluzioni. I marketer possono usarlo per far emergere i loro annunci negli ambienti più contestualmente pertinenti possibili per campagne CTV di impatto e scalabili. L'accesso all'inventario CTV premium in questo modo intelligente ed efficiente non è mai stato così facile."

I fornitori ad tech hanno precedentemente lottato per targetizzare contenuti nel mercato CTV, nonostante che la demand in questo settore raggiunga livelli record. Molti fornitori si affidano al riconoscimento di parole chiave o oggetti, nonché all'analisi di singoli fotogrammi, per determinare il contesto del video digitale ma questi strumenti non sono abbastanza sofisticati in un'epoca in cui lo streaming di contenuti video è in rapido movimento e sfaccettato.

SemanticHero per CTV interagisce direttamente con il publisher per accedere a una gamma più ampia di dati, inclusi metadati video, dati EPG e analisi delle parole chiave. Questo viene quindi estratto e inserito nel database semantico di ShowHeroes Group. Vengono individuati i concetti semantici e il sentiment del contenuto per comprendere nel dettaglio il contesto. Questi approfondimenti basati sui dati vengono elaborati per il targeting degli annunci CTV che abbina accuratamente un marchio con contenuti positivi e rilevanti. Un esempio potrebbe essere un annuncio pubblicitario per una gamma di auto elettriche abbinata a contenuti CTV premium su automotive, sostenibilità o tecnologia verde.

"CTV è un inventory premium e ad alte prestazioni ed è quindi molto prezioso per i brand", afferma Ilhan Zengin, co-fondatore e CEO di ShowHeroes Group. "Tuttavia, la capacità di mirare all'interno di questo ambiente non era precedentemente possibile".

"Con l'emergere di nuovi formati per il grande schermo, SemanticHero fornisce ad acquirenti ed editori il deep machine learning di cui hanno bisogno per indirizzare con precisione e aiutare gli editori a monetizzare i contenuti con un approccio incisivo e duraturo. Portando la nostra tecnologia innovativa su CTV, speriamo di innescare un'ondata di nuove innovazioni nello spazio pubblicitario digitale".

La piattaforma video, proprietaria di ShowHeroes Group, gli ha conferito un ruolo guida in Europa lavorando con i mercati chiave per fornire contenuti video e annunci corrispondenti su una gamma di siti e app collegati. L'azienda sta investendo molto nella sua filiale CTV per integrare le capacità del suo motore di corrispondenza semantica e ha recentemente acquisito [tre società europee](#) come parte del suo nuovo marchio ombrello.

Con i consumatori alla ricerca di esperienze pubblicitarie migliori e gli acquirenti di CTV che necessitano di soluzioni avanzate per soddisfare tale domanda, SemanticHero offre l'equilibrio perfetto. È un nuovo grande passo che consente reach e pertinenza nel settore in forte espansione della TV connessa.

ShowHeroes Group

ShowHeroes Group è stato fondato nel 2020 come risultato della continua espansione e crescita del suo marchio di video digitali premium ShowHeroes. Opera da 15 sedi internazionali: Berlino, Amburgo, Dusseldorf, Hildesheim, Riga, Mosca, San Pietroburgo, Amsterdam, Vienna, Parigi, Londra, Milano, Firenze, Madrid e Tel Aviv. Il team di 200 dipendenti è guidato dai fondatori Ilhan Zengin, Mario Tiedemann e Dennis Kirschner.