

OLLERO SE PONE AL MANDO DE VALUECLICK

Por su parte, ValueClick también ha visto en el crecimiento exponencial que ha tenido la industria digital española el detonante para pisar suelo español. La compañía, dirigida en la Península Ibérica por Jesús Ollero (ex-country manager de DoubleClick España y Portugal) ha desembarcado inicialmente con su línea de negocio de afiliación, Commission Junction. "El acercamiento de nuestra compañía es totalmente diferenciador con respecto a sus competidores, en primer lugar por su globalidad, es una plataforma totalmente abierta con presencia en los principales mercados, es decir, diariamente se generan 300.000 transacciones diarias entre anunciantes y soportes de diferentes países".

El objetivo que se marca Ollero es el crecimiento sostenido del negocio en nuestro país, "eligiendo muy bien los programas con los que vamos a trabajar y enfocándonos en la gestión y relación diaria con nuestros afiliados para poder generar relaciones a largo plazo con nuestros anunciantes (...) La gran batalla está en poder proveer, tanto al anunciante como al afiliado, un servicio cercano y diferenciador, convirtiéndonos en una verdadera extensión de la fuerza de ventas de los anunciantes, algo que tiene una repercusión directa en la mejora de la conversión".

Pero Commission Junction es sólo la primera piedra que pone Valueclick en España porque "el objetivo es abrir las diferentes líneas de negocio de la compañía para ofrecer al mercado una solución 360 grados", comenta Ollero.

Commission Junction ha centrado sus esfuerzos en los últimos tiempos en asegurar editores "tradicionales" que pueden traer una significativa base de usuarios "así como en desplegar tecnologías, como el lanzamiento de webservices API (para fortalecer a los afiliados y obtener ofertas en tiempo real para los consumidores de manera eficiente) o tecnologías de targeting de comportamiento (a través de la Red de ValueClick Media) y el targeting de usuarios, mediante tecnologías como Mediaplex", comenta la directora general de la compañía en Europa, Alison Guise.

Y es que las compañías especialistas en marketing de resultados y los soportes alineados con esta actividad, tienen la necesidad de ser intrínsecamente innovadores para alcanzar al consumidor cambiante, ya que si no lo hacen no se generan ingresos. "Los afiliados son generalmente quienes empujan los límites para asegurar al "nuevo" consumidor y endosar estos medios en beneficio del comerciante. Esto se realiza a través de los RSS feeds, podcasts, vídeo y blogs los cuales son métodos comunes en programas afiliados. Estos medios no reportan una cantidad crítica de ingresos, pero es importante para nosotros apoyarlos, como red que somos, y para el anunciante estar proporcionando al editor con los medios para usarlos".

Los números más representativos con los que arranca Commission Junction en nuestro país son los 60.000 editores activos que posee a nivel global, con un total de 1,2 millones de websites. "Según la media mensual, suministramos 7,2 billones de impresiones, 33 millones de prospectos y 190 millones de ventas para nuestros más de 3.000 anunciantes", concluye Guise.

Jesús Ollero trabajará estrechamente con Pablo Gravier (quien fichó en enero de 2007 como director de ventas europeo) y trabajará con el equipo local en España conformado por Javier Murillo (ex-TradeDoubler) que actuará de client development director, Antonio Rubert (ex-Zanox) quien ejercerá de account director, y Xavier Romero (ex-Netfilia / Grupo Antevenio) como account manager.

Jesús Ollero dirige ValueClick en España.



Alison Guise, directora general en Europa de Commission Junction.