



# OCHO MANERAS EN QUE LOS ANUNCIANTES DE MARCAS, LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD Y LAS EMPRESAS DE TECNOLOGÍA PUBLICITARIA (ADTECH) PUEDEN AUMENTAR LA INFORMACIÓN Y EL ROI CON MEDIA DATA CLOUD



GUÍA PARA EL ÉXITO DE LA PUBLICIDAD, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL ENTRETENIMIENTO

# ÍNDICE

- 3** El cambiante mundo de la publicidad digital
- 4** Anunciantes, es hora de convertirse en auténticas empresas basadas en datos
- 5** Casos de uso de anunciantes de marcas y agencias de publicidad:
  - 5** 1. Aproveche los datos desde la planificación hasta la medición
  - 6** 2. Impulse la publicidad con mayor privacidad
  - 7** 3. Desarrolle sus capacidades de tecnología publicitaria
  - 8** 4. Optimice la eficacia de la publicidad
- 9** Casos de uso de AdTech:
  - 9** 5. Obtenga información y optimice la eficacia de las campañas
  - 10** 6. Colabore de forma segura y conforme a las normativas en materia de datos
  - 11** 7. Abra nuevos canales para la monetización
  - 12** 8. Ofrezca aplicaciones e innovación a los clientes
- 13** Aproveche el potencial de los datos de la publicidad
- 14** Acerca de Snowflake





# ANUNCIANTES, ES HORA DE CONVERTIRSE EN AUTÉNTICAS EMPRESAS BASADAS EN DATOS

En Snowflake, vamos a la cabeza ayudando a los anunciantes a movilizar datos para cautivar y emocionar al público. Gracias a **Snowflake Media Data Cloud**, los anunciantes pueden segmentar el mercado de manera más exhaustiva y dirigirse al público con más precisión. También son capaces de crear una visión integral de la trayectoria de los clientes (conocida como análisis integral de los clientes) para ofrecer contenido con mayor rapidez y personalización. Además, pueden aumentar los ingresos por publicidad mediante nuevos canales innovadores, como la monetización de datos, así como ofrecer a sus clientes tecnología publicitaria diferenciada e información más detallada sobre los datos. Por último, pueden mejorar la eficacia de los anuncios y obtener ROI de sus iniciativas de marketing. Snowflake permite a los anunciantes aprovechar estas ventajas, entre muchas otras, para adelantarse a la competencia.

Al mismo tiempo, Media Data Cloud permite a los anunciantes colaborar en materia de datos y aprovecharlos con facilidad, al tiempo que garantiza el cumplimiento de los requisitos normativos, como el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea y la Ley de Privacidad del Consumidor de California (CCPA). Snowflake sabe que la protección de la privacidad de los consumidores es primordial para los clientes de marketing.

En este eBook se examinan algunas de las nuevas formas prometedoras en las que nuestros clientes del sector de los anuncios de marcas, las agencias de publicidad y tecnología publicitaria (AdTech) están aprovechando el valor de los datos para atraer y retener al público de forma segura con Snowflake, una plataforma global que potencia Data Cloud. Los primeros cuatro casos de uso se centran en anunciantes de marcas y agencias de publicidad, mientras que los últimos cuatro están dedicados a las plataformas de AdTech.



## AGENCIAS Y ANUNCIANTES DE MARCAS

# 1. APROVECHE LOS DATOS DESDE LA PLANIFICACIÓN HASTA LA MEDICIÓN

### EL DESAFÍO

En la actualidad, las agencias publicitarias están sometidas a la presión de ofrecer información más detallada a sus clientes sirviéndose de los datos. A fin de satisfacer las expectativas de los clientes, las agencias deben aprovechar los datos de diversas fuentes para optimizar todos los pasos de la campaña de marketing, desde la planificación hasta la medición. Además, deben ser capaces de agregar, centralizar y movilizar esos datos sin problemas para poder analizarlos con el fin de mejorar la personalización y las campañas, así como medir la atribución y los ingresos medios por usuario (average revenue per user, ARPU).

### LA SOLUCIÓN DE SNOWFLAKE

En los últimos años, muchas grandes empresas de publicidad han adquirido o puesto en marcha empresas de datos, o se han asociado con ellas, para aumentar sus funciones tecnológicas y de datos. Estas capacidades son fundamentales para el marketing centrado en el cliente. Media Data Cloud permite a las agencias acceder a los datos, unificarlos, analizarlos y compartirlos de forma segura con las unidades de negocio internas y los clientes, y de varias maneras. Adoptar una data mesh para la gestión de los datos es un enfoque cada vez más popular, y las empresas de publicidad en medios de comunicación eligen Snowflake como plataforma para su data mesh a fin de descentralizar la gestión de datos. Una data mesh puede mejorar la agilidad y escalabilidad del negocio, así como evitar los cuellos de botella organizativos que suelen estar relacionados con enfoques centralizados y monolíticos.

### CLIENTE DESTACADO



<b>OFICINAS CENTRALES</b>	Nueva York (Nueva York, EE. UU.)
<b>SECTOR</b>	Servicios de publicidad

WPP, la empresa de consultoría de publicidad y medios de comunicación más grande del mundo, posee una enorme cantidad de datos repartidos por su amplia red de empresas operativas. En 2021, WPP creó Choreograph, una nueva empresa global de tecnología y productos de datos con el objetivo de hacer frente al reto de gestionar y aprovechar todos esos datos. Su propósito es crear un sistema integral de habilitación de datos que pueda aprovechar los datos de todas las marcas de WPP para establecer una conexión más sólida con los clientes que impulse el crecimiento. A fin de lograr su misión, Choreograph utiliza Snowflake para crear una data mesh que aporta nuevas y prometedoras funciones de data sharing, tanto a las empresas operativas de WPP como a sus clientes. Gracias a Media Data Cloud, Choreograph ha sido capaz de crear “zonas de clientes” gobernadas donde los clientes y las agencias pueden colaborar y asociarse a un nivel más profundo.

### Más información



## AGENCIAS Y ANUNCIANTES DE MARCAS

# 2. IMPULSE LA PUBLICIDAD CON MAYOR PRIVACIDAD

### EL DESAFÍO

Los anunciantes y los responsables de marketing se enfrentan a nuevas normativas de privacidad, restricciones de identidad más significativas y la inminente desaparición de las cookies, por lo que deben replantearse la personalización y la atribución. Aunque es probable que estos cambios provoquen interrupciones en el ecosistema de la publicidad, surgirán nuevas oportunidades que respeten la privacidad y que permitan a las empresas hacer un seguimiento de los usuarios en las plataformas, al tiempo que respetan sus preferencias de privacidad. La manera en que se integran y utilizan los datos en la empresa seguirá siendo un factor diferenciador del éxito. Sin embargo, **casi el 50 % de los directores de marketing que participaron en una encuesta reciente** admitieron no estar preparados para la desaparición de las cookies de terceros.

### LA SOLUCIÓN DE SNOWFLAKE

Media Data Cloud permite a los anunciantes compartir datos para mejorar la segmentación, así como para planificar, activar y medir campañas, al tiempo que cumplen los estándares de privacidad en un entorno en el que las cookies ya no existen. Snowflake permite a los anunciantes crear su propio análisis integral y personalizado de los clientes, lo que facilita las experiencias personalizadas del cliente y el cumplimiento de la privacidad. Media Data Cloud cuenta con **exclusivas capacidades de computación multipartita segura**, que incluyen data clean rooms, para la resolución, atribución y medición de identidades en un mundo sin cookies. Dado que los datos propios de muchos clientes ya residen en Snowflake Data Cloud, se pueden conectar de manera fácil y segura con otras fuentes de datos mediante funciones seguras de data sharing.

### CLIENTE DESTACADO

# 84.51°

**OFICINAS CENTRALES** Cincinnati (Ohio, EE. UU.)  
**SECTOR** Servicios y consultoría de empresas

84.51° es una empresa de medios de comunicación, información y data science para minoristas propiedad de Kroger. Sus datos representan casi a la mitad de los hogares de EE. UU., lo que equivale a miles de millones de transacciones anuales. La empresa tiene que procesar esos datos y compartirlos de forma segura con Kroger y sus clientes de retail, quienes después suman sus propios datos para generar información empresarial útil. Con Snowflake Data Cloud, 84.51° gestiona las data clean rooms que permiten la conexión segura de datos distribuidos en varias plataformas y ubicaciones. Después, los clientes utilizan esos datos para crear experiencias de cliente mejoradas y más personalizadas. Snowflake Data Cloud permite a 84.51° compartir datos y data science de manera sencilla y segura con sus clientes y partners para que creen estrategias eficaces para Kroger, sus marcas y el consumidor final.

[Más información](#)



## AGENCIAS Y ANUNCIANTES DE MARCAS

# 3. DESARROLLE SUS CAPACIDADES DE TECNOLOGÍA PUBLICITARIA

### EL DESAFÍO

Se estima que el mercado mundial de AdTech alcanzará los **29 850 millones de dólares en 2026**, con una tasa de crecimiento anual del 7,9 %. Las capacidades de la tecnología publicitaria pueden ayudar a las empresas a mejorar la personalización y la segmentación del público de las campañas publicitarias, identificar a los consumidores en los canales y dispositivos respetando las leyes de privacidad, y medir la eficacia de las campañas. También pueden ayudar a las agencias a compartir informes e información detallada de las campañas con los anunciantes, como registros de impresiones y datos del flujo de ofertas. No obstante, las agencias deben tener cuidado y asegurarse de que estas capacidades no incumplan los requisitos de privacidad ni las normativas de seguridad de los datos.

### LA SOLUCIÓN DE SNOWFLAKE

Media Data Cloud permite a las empresas utilizar información y herramientas basadas en datos para impulsar el crecimiento de la publicidad. Mediante la creación de una visión integral de los clientes en Snowflake, los anunciantes pueden diseñar campañas de alta relevancia y transmitir el mensaje adecuado a la persona correcta en el momento preciso. Los análisis avanzados les ayudan a elaborar una segmentación precisa del mercado para comprender mejor a los consumidores. La resolución de identidades conecta fuentes de datos independientes para que los anunciantes puedan identificar a los clientes en diferentes puntos de contacto, al tiempo que cumplen las normativas de privacidad. Además, la medición de campañas y la generación de informes personalizados sobre un conjunto de identificadores persistentes mejoran la eficacia de los anuncios sin depender de cookies de terceros. Por último, los anunciantes pueden utilizar Media Data Cloud para crear una data clean room, de forma que tanto ellos como sus socios puedan realizar análisis y fusionar datos confidenciales sin exponer los conjuntos de datos subyacentes.

### CLIENTE DESTACADO

**group**<sup>m</sup>

**OFICINAS CENTRALES** Nueva York  
(Nueva York, EE. UU.)  
**SECTOR** Servicios de publicidad

GroupM es una empresa global líder de inversión en medios de comunicación. La organización engloba a dos de las cinco principales agencias de medios de comunicación del mundo y su gasto anual en medios de comunicación supera los 60 000 millones de dólares. La anterior infraestructura tecnológica de GroupM estaba compuesta por varias soluciones que generaban una complejidad innecesaria. Snowflake ayudó a GroupM a optimizar su ecosistema en una pila tecnológica que cuenta con las mejores herramientas en cada capa. Snowflake aborda una serie de requisitos clave. Se encarga de las operaciones de data warehouse y es flexible y escalable, lo que impulsa las aplicaciones web, la optimización de campañas y la generación de informes de clientes, todo ello a la vez que permite llevar un seguimiento de los costes en cada aplicación. Además, gracias a las nuevas funciones de colaboración de datos de Snowflake, los equipos de GroupM pueden transmitir la información fácilmente a toda la empresa e incluso a los clientes que cada vez requieren más datos. Ahora GroupM puede ofrecer a los clientes un acceso seguro a los datos mediante data clean rooms y la colaboración de datos, lo que les permite controlar su contenido de medios de nuevas formas.

[Más información](#)



## AGENCIAS Y ANUNCIANTES DE MARCAS

# 4. OPTIMICE LA EFICACIA DE LA PUBLICIDAD

### EL DESAFÍO

El gasto en publicidad en EE. UU. ha disminuido. A mediados de 2022, el mercado publicitario **se contrajo un 12,7 %** en comparación con el mismo momento del año anterior, lo que supone la primera la tasa de decrecimiento de dos dígitos desde julio de 2020. Mientras tanto, las empresas siguen desaprovechando su gasto en publicidad, **despilfarrando más de 94,3 millones de dólares** durante el segundo trimestre de 2022. Para tener éxito en este mercado, las empresas deben demostrar el valor de sus inversiones y obtener información basada en datos sobre dónde invertir para obtener un retorno de la inversión publicitaria (return on ad spend, ROAS) óptimo.

### LA SOLUCIÓN DE SNOWFLAKE

Media Data Cloud puede ayudar a las empresas a obtener información más detallada sobre la eficacia de la publicidad. Al proporcionar una solución compatible con cualquier nube y ubicada en el centro del ecosistema empresarial, actúa como única fuente fiable de información. De esta forma, los anunciantes pueden confiar en la precisión de los datos que utilizan para los análisis. Con **Snowpark** se pueden aplicar análisis avanzados, como la inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático, a los datos a fin de tomar decisiones más inteligentes. Además, la información obtenida se puede compartir de forma segura y fluida con toda la organización. Los anunciantes también pueden acceder a datos de terceros desde **Snowflake Marketplace** para optimizar sus campañas. En todos estos casos, existe la posibilidad de aplicar medidas de gobernanza, privacidad y seguridad a los propios datos.

### CLIENTE DESTACADO



## PEPSICO

<b>OFICINAS CENTRALES</b>	Purchase (Nueva York, EE. UU.)
<b>SECTOR</b>	Servicios de alimentos y bebidas

PepsiCo ha utilizado Media Data Cloud para lanzar una herramienta basada en modelos de aprendizaje automático que evalúa y mide la eficacia de las campañas publicitarias y de marketing de la organización. La herramienta, denominada ROI Engine, permite a PepsiCo tomar decisiones de marketing más inteligentes y aumentar el retorno de la inversión. ROI Engine ayuda a los responsables de marketing de PepsiCo a responder preguntas sobre el rendimiento de diferentes campañas de medios y dar recomendaciones sobre el gasto en marketing. Gracias a secure data sharing de Snowflake, los equipos pueden compartir rápidamente esa información con otros equipos de la organización. PepsiCo también comenzó a utilizar Snowflake Marketplace para adquirir y compartir datos de terceros.

[Más información](#)



## PLATAFORMAS DE ADTECH

# 5. OPTIMICE LA EFICACIA DE LA CAMPAÑAS

### EL DESAFÍO

El uso inteligente y en tiempo real de la información sobre los datos es esencial para que las empresas de AdTech ayuden a las organizaciones de sus clientes a dirigir, producir y ofrecer contenido publicitario a los clientes. Para obtener esa información, es necesario contar con diferentes capacidades de datos, como el acceso a datos de consumidores de diversas fuentes y en varios formatos, la centralización de los datos en una única fuente segura de información, el análisis y la obtención de información útil a partir de datos, y el data sharing fluido y seguro. Estas capacidades proporcionan a los clientes de AdTech las herramientas necesarias para ayudar a sus clientes a obtener información de los datos y optimizar la eficacia de las campañas.

### LA SOLUCIÓN DE SNOWFLAKE

Media Data Cloud ofrece a las plataformas de AdTech las funciones de datos necesarias para generar un ROI publicitario esencial. Proporciona una única fuente de información compatible con cualquier nube que es capaz de recopilar datos estructurados, semiestructurados y no estructurados de varias fuentes, como vídeos, sitios web, bases de datos y correos electrónicos. Los proveedores de AdTech pueden acceder a un potente ecosistema de partners para mejorar sus capacidades, que incluyen los análisis detallados posteriores a la campaña, la medición omnicanal y la atribución. Además, herramientas como el workload de Snowflake Collaboration y Snowflake Marketplace permiten a las empresas compartir datos e información con facilidad y seguridad.

### CLIENTE DESTACADO



**OFICINAS CENTRALES** Ventura (California, EE. UU.)  
**SECTOR** Software

The Trade Desk es una empresa tecnológica que permite a los anunciantes crear, gestionar y optimizar campañas publicitarias digitales en distintos formatos y dispositivos. Al asociarse con Media Data Cloud, los clientes de The Trade Desk pueden acceder a sus datos de manera segura a nivel de evento cuando implementan las campañas. Estos datos a nivel de registro abarcan varios canales y permiten a los directores de campañas de marketing, anunciantes y equipos de análisis de marketing llevar a cabo una atribución de embudo completo y mejorar el análisis de datos. Este entorno de análisis avanzado tiene la ventaja añadida de mantener los datos en una única ubicación, lo que añade una capa extra de cumplimiento de los requisitos de privacidad.

[Más información](#)



## PLATAFORMAS DE ADTECH

# 6. COLABORE CON DATOS DE FORMA SEGURA Y CONFORME A LAS NORMATIVAS

### EL DESAFÍO

En una encuesta reciente del sector de la **publicidad**, el 71 % de los consumidores afirmaron que prefieren anuncios adaptados a sus intereses personales y hábitos de compra. Tal nivel de personalización solo se consigue haciendo un análisis exhaustivo de los datos de los clientes. Al mismo tiempo, el sector debe garantizar el cumplimiento de las estrictas normativas de datos, como el RGPD y la CCPA. Las empresas deben desarrollar las herramientas y los procesos adecuados para encontrar el equilibrio entre la personalización y la protección de la privacidad de los datos. Y esto es incluso más importante cuando comparten datos fuera de su estructura corporativa.

### LA SOLUCIÓN DE SNOWFLAKE

Las capacidades de Media Data Cloud ayudan a las plataformas de AdTech a colaborar de forma segura en materia de datos y les permiten cumplir con la legislación y las normativas de privacidad. Las empresas pueden utilizar proveedores de identidad nativos para resolver los ID de clientes en Media Cloud sin necesidad de que los datos salgan de sus sistemas. También pueden configurar data clean rooms para facilitar el uso compartido seguro y el análisis de los datos. Además de ahorrar tiempo y gestionar los recursos de manera más eficiente, las empresas evitan la inevitable pérdida de datos y las bajas tasas de coincidencia que suelen producirse cuando se transfieren grandes conjuntos de datos de una organización a otra. También pueden olvidarse de la transformación de datos, ya que ya no es necesario llevar a cabo procesos de extracción, transformación y carga (extract, transform, and load; ETL).

### CLIENTE DESTACADO



<b>OFICINAS CENTRALES</b>	Nueva York (Nueva York, EE. UU.)
<b>SECTOR</b>	Servicios de publicidad

Zeta Global es un proveedor líder de tecnología de marketing que combina uno de los conjuntos de datos de consumidores más grandes del mundo con IA para obtener la identidad, la intención y el contexto del consumidor y aplicarlos en la mensajería omnicanal personalizada. La plataforma Zeta Marketing Platform (ZMP) permite a las marcas obtener una visión única de sus clientes actuales y potenciales, que, además, está enriquecida con la exclusiva información sobre consumidores de Zeta. Zeta aprovecha las capacidades de data sharing de Snowflake para colaborar con datos ubicados fuera de ZMP, sin necesidad de moverlos ni copiarlos físicamente. Secure data sharing de Snowflake y ZMP permiten a los clientes conjuntos acceder a análisis e inteligencia empresarial de alta calidad, a fin de ofrecer mejores experiencias de marketing.

### Más información



## PLATAFORMAS DE ADTECH

# 7. ABRA NUEVOS CANALES PARA LA MONETIZACIÓN DE DATOS

### EL DESAFÍO

El sector de la publicidad se basa en una enorme cantidad de datos de los consumidores para proporcionar información empresarial y mejorar las experiencias de los clientes. En 2021, el gasto en datos del público de terceros en EE. UU. **ascendió a 22 000 millones de dólares**. Las empresas están empezando a generar nuevas fuentes de ingresos al aprovechar y monetizar esos datos. Sin embargo, compartir la información con cada comprador de forma segura puede ser complejo, ya que es un proceso que debe cumplir las estrictas normativas sobre data sharing y monetización de datos que regulan el sector.

### LA SOLUCIÓN DE SNOWFLAKE

Con la tecnología de secure data sharing de Snowflake, Snowflake Marketplace permite a los proveedores de datos publicar fácilmente diferentes conjuntos de datos que los usuarios de Snowflake pueden utilizar o comprar de inmediato. Snowflake proporciona a los proveedores de datos herramientas que pueden implementar para recuperar, corregir, restringir o eliminar datos personales. Los proveedores de datos pueden garantizar que los datos disponibles en Snowflake Marketplace están siempre actualizados y listos para consultar, lo que reduce el tiempo de activación. También pueden aumentar sus márgenes gracias a la eliminación de los costes y los retrasos de los flujos, así como la reducción de los costes de la asistencia y el servicio de atención al cliente. Por último, Snowflake permite a los proveedores de datos obtener información valiosa sobre la manera en que los clientes utilizan los datos.

### CLIENTE DESTACADO



**OFICINAS CENTRALES** Pasadena  
(California, EE. UU.)  
**SECTOR** Publicidad en línea

OpenX es una empresa de tecnología publicitaria programática. Recientemente, ha desarrollado Bidding Intelligence Data Set (BIDS), una nueva solución que pone la generación de informes a nivel de registro a disposición de las agencias o de los responsables de marketing que buscan obtener una mayor visibilidad de sus compras programáticas de medios. Ahora, al asociarse con Snowflake, los compradores que trabajan con OpenX pueden acceder de forma rápida, sencilla y segura a datos detallados sobre la participación en subastas y el rendimiento de las ofertas en Snowflake Marketplace. De esta forma, obtienen una enorme cantidad de datos que pueden aportar información valiosa para su negocio. BIDS hace que los datos a nivel de registro sean accesibles y prácticos sin necesidad de recursos de desarrollo. Los responsables de marketing pueden acudir a OpenX para acceder a BIDS y analizar el rendimiento y los resultados. Los datos de BIDS están disponibles en Snowflake Marketplace y se puede acceder a ellos fácilmente desde la cuenta de Snowflake de un cliente.

**Más información**



## PLATAFORMAS DE ADTECH

# 8. OFREZCA APLICACIONES E INNOVACIÓN A LOS CLIENTES

### EL DESAFÍO

A medida que la cantidad de datos de consumidores y clientes en el mundo sigue creciendo exponencialmente, las aplicaciones de publicidad necesitan trabajar con volúmenes enormes de datos. Como resultado, cualquier aplicación se está convirtiendo en una aplicación de datos. Sin embargo, los desarrolladores que eligen la plataforma de datos equivocada para desarrollar aplicaciones que hacen un uso intensivo de los datos pueden enfrentarse a grandes obstáculos, como fuentes de datos de mala calidad, integraciones complejas, problemas de escalabilidad, operaciones que hacen un uso intensivo de recursos y un data sharing poco seguro.

### LA SOLUCIÓN DE SNOWFLAKE

Los desarrolladores y creadores que crean sus aplicaciones en Snowflake se benefician de una plataforma que ofrece escalabilidad automática, compatibilidad nativa con datos semiestructurados, operaciones simplificadas, Snowpark y un data sharing seguro. Con **Snowflake Native Application Framework** (actualmente en vista previa privada), los proveedores de aplicaciones pueden utilizar las funcionalidades básicas de Snowflake que ya conocen para crear aplicaciones, distribuirlas y monetizarlas a través de Snowflake Marketplace. Asimismo, pueden implementarlas directamente en la cuenta de Snowflake de un cliente. Las aplicaciones nativas de Snowflake también se pueden integrar en data clean rooms creadas por las principales organizaciones del sector. Con el **programa Powered by Snowflake**, las empresas pueden acelerar el tiempo de comercialización, ofrecer una experiencia óptima al cliente y mejorar la eficiencia operativa.

### CLIENTE DESTACADO



<b>OFICINAS CENTRALES</b>	Los Angeles (California, EE. UU.)
<b>SECTOR</b>	Servicios de publicidad

VideoAmp, una empresa que pertenece al programa Powered by Snowflake, ha creado un sofisticado entorno de data sharing, en el que participan varias partes, basado en la infraestructura tecnológica y de nube de Snowflake. Con esta integración, VideoAmp obtiene un flujo de trabajo integral que se basa en el conjunto de herramientas de planificación, medición, activación, atribución y optimización que actualmente ofrece a los clientes de la red, la agencia y la marca de VideoAmp. La asociación proporciona a los clientes y partners editores de VideoAmp un método seguro para obtener información y analizar datos. El primer caso de uso de esta asociación de medición permite que varios editores y plataformas compartan sus datos de forma segura y respetando la privacidad en todo momento. Además, les ofrece la posibilidad de utilizar sus propios parámetros sobre el uso de los datos desde el principio. Los datos de la plataforma y el editor se unen al conjunto de datos de TV combinados propiedad de VideoAmp y a los datos propios y de terceros del cliente en el entorno de nube nativo y la plataforma de Snowflake. El nivel de detalle y la amplitud de esas fuentes proporcionan a los anunciantes y editores una información muy completa de las transacciones de medios en diferentes pantallas.

[Más información](#)



# APROVECHE EL POTENCIAL DE LOS DATOS DE LA PUBLICIDAD

Los anunciantes están buscando nuevas formas de adaptarse a las condiciones de un panorama de medios de comunicación que cambia rápidamente y está altamente regulado. Con Snowflake Media Data Cloud, las organizaciones disponen ahora de la exhaustividad de la información, la capacidad analítica y las herramientas de colaboración necesarias para convertir el reto que supone un ecosistema en constante cambio en una verdadera oportunidad de negocio. Gracias a las potentes capacidades de la plataforma central de Snowflake, los anunciantes de marcas, las agencias de publicidad y las plataformas de AdTech pueden centrarse en cumplir las expectativas del público y maximizar el ROI, al tiempo que mantienen un estricto nivel de seguridad y gobernanza de los datos, y posibilitan el cumplimiento de los requisitos de privacidad en constante evolución.

Para obtener más información sobre cómo podemos ayudar a su empresa de publicidad a sacar el máximo partido a los datos, visite [Snowflake Media Data Cloud](#).





## ACERCA DE SNOWFLAKE

Snowflake permite a cualquier organización movilizar sus datos con Snowflake Data Cloud. Los clientes utilizan Data Cloud para unificar, descubrir y compartir datos de forma segura, y ejecutar diversos workloads analíticos. Independientemente de la ubicación de los datos o de los usuarios, Snowflake ofrece una experiencia de datos única que abarca varias nubes y regiones geográficas. Miles de clientes de numerosos sectores, incluidas 543 de las empresas que figuran en Forbes Global 2000 (G2K) (2022), a fecha del 31 de octubre de 2022, utilizan Snowflake Data Cloud para impulsar sus negocios. Más información en [snowflake.com](https://www.snowflake.com).

Más información en [snowflake.com](https://www.snowflake.com)



© 2022 Snowflake Inc. Todos los derechos reservados. Snowflake, el logotipo de Snowflake y el resto de nombres de productos, funciones y servicios de Snowflake mencionados en este documento son marcas registradas o marcas comerciales de Snowflake Inc. en Estados Unidos y otros países. El resto de logotipos o nombres de marcas mencionados o utilizados en este documento se usan únicamente con fines identificativos, y pueden ser las marcas comerciales de sus respectivos titulares. Snowflake puede no estar asociado con, patrocinado o apoyado por cualquiera de dichos titulares.