

Gdynia, 10.04.2020

Magdalena Kita dołącza do AdTonos jako VP of Sales Poland

Do AdTonos, platformy programmatic audio zarządzanej przez londyńską spółkę Radio Net Media, w kwietniu dołączyła Magdalena Kita. W roli VP of Sales Poland będzie dbała o cały proces sprzedaży, pozyskiwanie nowych klientów i partnerów oraz zwiększanie dochodów platformy.

AdTonos nie zwalnia tempa rozwoju, kontynuuje pracę nad innowacyjnymi rozwiązaniami technologicznymi, które umożliwiają reklamodawcom skuteczną, mierzalną reklamę w modelu performance w kanale audio i równocześnie rozwija biznes. Do zespołu spółki dołączyła właśnie kolejna osoba - Magdalena Kita, która ma wieloletnie doświadczenie jako dyrektor sprzedaży na polskim rynku reklamy online.

Ostatnio jako Head of Sales w Httpool, Magdalena Kita była między innymi odpowiedzialna za kształtowanie polityki sprzedażowej i wizerunku marki Spotify w Polsce, współpracując bezpośrednio z londyńską centralą Spotify.

Poprzednio przez wiele lat związana z Internetowym Domem Mediowym IDM net S.A. i z Grupą ZPR Media, jednym z największych wydawców prasowych, nadawców radiowych i telewizyjnych oraz właścicielem serwisów internetowych. Wcześniej zdobywała doświadczenie zawodowe w Marquard Media Polska Sp. z o.o. pozyskując reklamodawców dla takich marek prasowych jak Playboy i CKM . Pracowała również w AWR Wprost, dbając o sprzedaż powierzchni reklamowej w BusinessWeek, Wprost i edycjach internetowych obu wydawnictw. Magdalena Kita na koncie ma wieloletnią współpracę z domami mediowymi i agencjami reklamowymi a w AdTonos będzie zarządzała sprzedażą na rynku polskim oraz odpowiadała za stworzenie i realizację strategii sprzedaży.

“Obserwacja zmieniającego się dynamicznie rynku reklamowego, potwierdza, iż rynek reklamy audio w Internecie jest tematem rozwojowym, rosnącym i pożądanym. Z całą pewnością platforma AdTonos, łącząca świat tradycyjnego radia z obszarem programatycznej reklamy audio i umożliwiająca mierzalność jej performance, jest innowacyjnym rozwiązaniem w świecie reklamy. Wierzę, że to rozwiązanie i produkt szybko stworzy sobie przestrzeń na mapie mediowych standardów i ugruntuje swoją pozycję, dlatego dołączenie do tego zespołu oraz zadania, które stoją przede mną, są tym bardziej ekscytujące.” - mówi Magdalena Kita.

Dla AdTonos oznacza to dalszy rozwój na rynku reklamy audio i jeszcze bardziej skuteczne łączenie reklamodawców z wydawcami radiowymi w Internecie.

“Stworzyliśmy nowatorski produkt reklamowy, opracowaliśmy i wdrożyliśmy znakomitą technologię w obszarze audio programmatic. Ciągłe pracujemy nad kolejnymi przełomowymi rozwiązaniami dla reklamodawców. Największe domy mediowe testują już aktywnie nasz produkt i nadszedł czas, żeby te innowacyjne rozwiązania przybliżyć większej grupie reklamodawców. Naszym celem jest wdrażanie wszystkich możliwości technologicznych, które dostarczą branży reklamy radiowej więcej skutecznych narzędzi, tym bardziej cieszę się, że Magda ze swoim doświadczeniem w sprzedaży audio dołączyła do naszego zespołu.” - dodaje Michał Marcinik, AdTonos CEO i Founder.

AdTonos oferuje emisje w modelu programatycznym w streamach sieci radiowych oraz u innych wydawców treści audio takich jak np. stacje internetowe czy podcasty. Oprócz emitowania reklamy radiowej platforma umożliwia również jej targetowanie. W ofercie platformy dostępnych jest blisko 1000 taksonomii pierwszej i 800 drugiej kategorii takich jak: płeć, wiek, zainteresowania, kontakt z marką, czy intencje zakupowe, zgodnych ze standardem IAB. Dodatkowymi parametrami do wyboru są kryteria geolokalizacji, a także urządzenia i marka wydawcy. Oprócz standardowej funkcjonalności jaką jest capping, czyli określenie ile razy dana reklama ma być wyemitowana do jednego odbiorcy, korzyściami jakie oferuje AdTonos jest dostępność inventory od wielu wydawców w jednym miejscu oraz dokładna mierzalność wyników kampanii reklamowych emitowanych za pośrednictwem platformy.

O AdTonos

Platforma AdTonos działa w modelu marketplace, łącząc reklamodawców z wydawcami i oferując zakup mediów w modelu efektywnościowym. Główną formą reklamy, poza znanym już na polskim rynku rozwiązaniem pre-roll, jest innowacyjny mechanizm zamiany reklam oryginalnie nadawanych przez nadawcę radiowego w czasie rzeczywistym w sposób niezauważalny dla słuchacza.

Daje to reklamodawcom możliwości znane z form reklamy internetowej, a stacjom radiowym narzędzie do skutecznego konkurowania o budżety reklamowe wydatkowane w Internecie. Platforma umożliwia dotarcie do ponad 5 milionów unikalnych słuchaczy stacji radiowych online oraz możliwość emisji ponad 25 mln reklam radiowych miesięcznie.

Kontakt dla mediów:

Katarzyna Bargielska

CMO & Co-Founder

Radio Net Media/AdTonos

Telefon: +48 794 729 116

Email: kasia@adtonos.com