**Grupa Netsprint z nowym zarządem i strategią**

**Grupa Netsprint, lider rynku data-driven marketingu, wprowadza zmiany w zarządzie. Tworzyć go będą: Monika Bronowska, CEO Grupy Netsprint, Agata Lauko, CEO Netsprint S.A., Sebastian Białousz, CEO LeadR oraz Bernard Czajkowski, CFO. Działalność operacyjną kończy Artur Banach, dotychczasowy CSO Grupy Netsprint.**

Artur Banach, pozostanie mniejszościowym udziałowcem i nadal będzie wspierał merytorycznie jej rozwój. – „Chciałbym poświęcić swój czas innym przedsięwzięciom i realizować nowe pomysły. Dziękuję wszystkim, z którymi miałem zaszczyt współpracować i trzymam kciuki za dalszy szybki rozwój grupy*”* – komentuje Artur Banach.

– „Zaangażowanie i konsekwencja Artura przyczyniła się do zbudowania silnej pozycji Grupy Netsprint na rynku digital marketingu. Dziś rozpoczynamy kolejny etap rozwoju grupy, z nową strategią i produktami*”* – przekonuje Monika Bronowska, CEO Grupy Netsprint.

Polski rynek reklamy online rozwija się bardzo szybko i staje się wiodącym kanałem dotarcia do konsumentów. Dynamika wzrostu w ubiegłym roku wyniosła blisko 10%, a wartość rynku to prawie 4 miliardy złotych. – „Motorem napędowym są bez wątpienia kampanie oparte o pogłębioną analizę danych. Tylko reklamy szyte na miarę i dostosowane do konkretnego użytkownika są efektywne i przynoszą zwrot z inwestycji” – przekonuje Monika Bronowska.

Do zespołu jako nowy dyrektor finansowy dołączył także Bernard Czajkowski. Czajkowski to doświadczony manager ze znajomością rynku wydawniczego, łączący kompetencje finansowe z technologicznymi. Ostatnio pełnił rolę CFO w TVN Digital. – „Wiedza, umiejętności i doświadczenie Bernarda świetnie pasują do Grupy Netsprint” – dodaje Monika Bronowska.

**Netsprint Group, czyli data-driven marketing**

Nowa strategia Netsprint opiera się o dane – ich zbieranie, analizę oraz agregowanie. Są to kluczowe elementy, nad którymi pracują specjaliści ds. danych, analityki i programowania, a także osoby z doświadczeniem agencyjnym oraz zdobytym po stronie wydawcy. „Chcemy być dla naszych klientów partnerem, który w kompleksowy sposób odpowie na ich potrzeby i wyzwania. Dokona analizy danych, przygotuje strategiczną rekomendację ich wykorzystania w połączeniu z doborem mediów i formatów, co pozwoli na realizację KPI związanych z dotarciem do właściwego użytkownika”– dodaje Monika Bronowska.

Dalszemu pogłębieniu ulega integracja własnych usług oraz zewnętrznych narzędzi, tak by oferować partnerom kompleksowe produkty kupowane w modelu programmatic.Dzięki takim działaniom klienci będą w stanie znacząco poprawić rezultaty działań marketingowych.

Grupa Netsprint to największy ekosystem reklamowy i programmatic w Polsce, specjalizujący się w najważniejszych obszarach digital marketingu: big data, reklamie natywnej, mobilnej, e-mailingu oraz content marketingu. Spółka koncentruje się na rozwijaniu autorskich narzędzi, takich jak dedykowane projekty, m.in. Data Mining, modelowanie Look-alike, Insights Segments, Delivery Research czy Customer Journeys, które wspierają partnerów i klientów w efektywnym wykorzystaniu danych w kampaniach marketingowych.

\*\*\*

**Grupa Netsprint,** dzięki unikalnym danym o polskich użytkownikach pomaga w precyzyjnym dotarciu do użytkowników we wszystkich kanałach digital: content marketing, display & programmatic, mobile, email marketing i wideo. Sercem rozwiązań Grupy Netsprintjest Netsprint Audience - platforma gromadząca dane, która dzięki unikalnej technologii i zaawansowanym algorytmom analizującym wiele źródeł pozwala stworzyć pogłębione profile użytkowników i skutecznie wykorzystywać je w kampaniach.

**Grupę Netsprint** tworzą Adrino, Email Network, LeadR, Netsprint oraz WhitePress.