



Triboo Media presenta il team dedicato ai publisher: quando l'elemento umano sostiene la tecnologia

Inauguriamo la rubrica #JoinTheTriboo con la quale la concessionaria del Gruppo presenta il profilo e il campo d'azione dei professionisti della sua squadra dedicata al partnership program: Elisabetta Parodi, Marialuisa Barachetti, Marco Rovati e Ida d'Ovidio

Marialuisa Barachetti

Marialuisa Barachetti, Publisher Assistant, ha maturato esperienze trasversali nel corso della sua carriera professionale, che, prima del mondo digital, l'hanno portata a collaborare con importanti università italiane e internazionali per ricerche antropologiche in diversi paesi, tra cui Oman e Turchia. Da sempre appassionata di advertising, grazie a "Palestra delle Professioni Digitali", percorso formativo intensivo di 5 settimane orientato al Digital Marketing, promosso dall'Associazione Prospera in collaborazione con Accenture Italia, ha potuto sviluppare competenze preziose anche in ambito digital. Competenze affinate con successo, prima di Triboo, nel corso dell'esperienza lavorativa in Weborama nel team di Client Services.

Anche in un mondo ipertecnologico com'è quello in cui viviamo oggi, l'elemento umano rimane fondamentale ed è quello a fare la maggiore differenza in vari ambiti. Compreso quello editoriale/pubblicitario e media in cui nel corso degli ultimi anni il numero di figure specializzate è aumentato costantemente, grazie al lavoro svolto da università e aziende in tema di formazione. Il

Gruppo Triboo è in prima linea per assicurarsi i migliori talenti presenti sul mercato. È notizia di settimana scorsa la nomina di Vito De Mitri a direttore Marketing della concessionaria

del Gruppo, che nella rubrica di oggi, presenta il suo team dedicato ai programmi di partnership con gli editori, fatto di persone qualificate in questo determinato ambito. Un team giovane, ma dotato della necessaria esperienza e relazioni, per alimentare il bacino a disposizione per l'erogazione della pubblicità che costituisce l'ossatura commerciale della società.

Elisabetta Parodi

Elisabetta Parodi, laureata in Marketing Management con percorso in Business Communication & Media presso l'Università Bocconi, ha maturato negli anni esperienze nella gestio-

ne dei publisher che spaziano dall'ambito tecnologico e di audience science in Weborama a quello media e di prodotto in Ciaopeople Media Group, con mansioni relative anche allo sviluppo dell'offerta mobile e alla gestione di progetti di branded content. In Triboo Media come Publisher Manager, si occupa nello specifico del coordinamento delle attività di sviluppo e gestione del network degli oltre 250 siti in concessione al Gruppo, asset estremamente strategico per la company che insieme ai 17 brand editoriali proprietari di Triboo sviluppa in media 12 milioni di utenti unici mensili e una market reach del 40%.





DA SINISTRA: MARIALUISA BARACHETTI, IDA D'OVIDIO, MARCO ROVATI ED ELISABETTA PARODI

► Marco Rovati

Marco Rovati, da sempre appassionato di volo, inizia la sua carriera come pilota di aerei per poi "atterrare" nel 2010 in Triboo Media dove, nel ruolo di Publisher Manager si è focalizzato sul

long tail network, con obiettivi di sviluppo e valorizzazione della vasta rete di siti che unisce qualità editoriale a elevati volumi di traffico sul mercato non solo italiano ma anche europeo. In Italia, oltre 8 milioni

di utenti unici su base mensile, 350 milioni di pagine viste e 600.000 click al mese sono il bariceno pubblicitario a disposizione degli inserzionisti di Triboo per le attività display (campagne banner).

Ida d'Ovidio

Ida d'Ovidio, laureata in Organizzazione e Risorse Umane, ha intrapreso successivamente un Master in Marketing Management presso l'Università degli Studi Milano-Bicocca. In Triboo Media come Junior Publisher Assistant,

si occupa di supportare il team di Publisher Management nella negoziazione e sviluppo delle relazioni con partner esistenti e nuovi publisher, nell'analisi numerica e nella reportistica

ca delle metriche dei siti in concessione e di collaborare con le altre funzioni aziendali per la massimizzazione degli obiettivi di performance.

