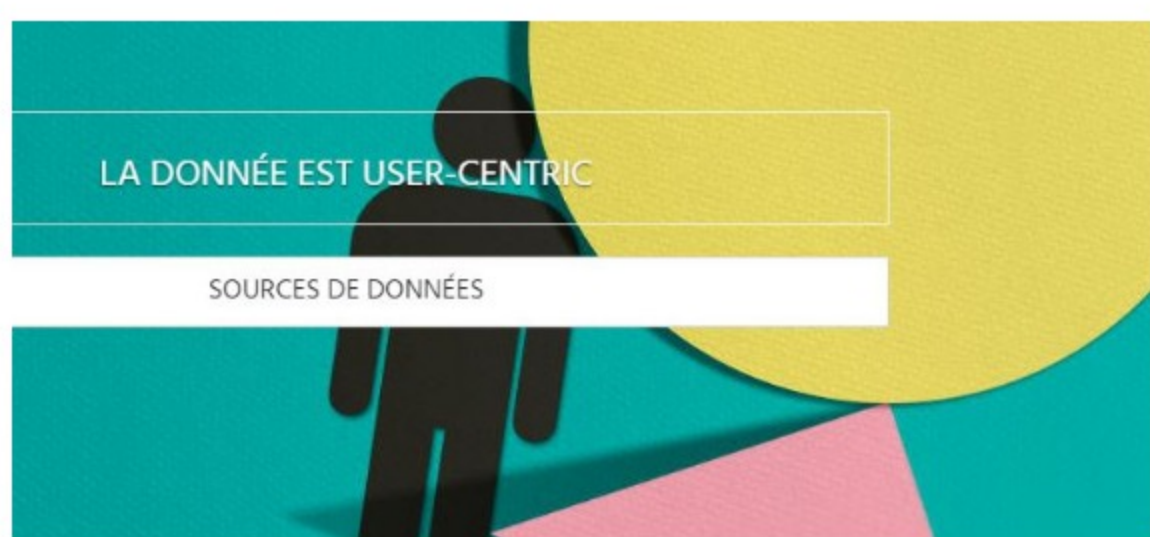


## ADventori, ad server dynamique et créatif (suite de l'interview)

novembre 2, 2016



Suite et fin de l'entretien avec Carole Ellouk, directrice marketing d'ADventori. Pour lire la première partie, cliquez ici.

### D'où vient la donnée ?

De partout ! L'expérience a permis de définir une classification interne, réunissant la donnée, parmi lesquelles :

- la donnée situationnelle : bien souvent *open source*, elle va catégoriser la situation de la cible au moment où l'on entre en contact avec elle (par exemple, la géolocalisation, la météo, la pollution, l'UV, les flux sportifs, etc.) ;



- la donnée annonceur, qui est sa propriété interne, comme la liste de ses produits, ses prix, ses points de vente, son stock, sa DMP, son site internet, les données de navigation, ses flux sociaux. Par exemple, cela permettra de communiquer avec précision le stock exact d'un produit disponible dans le magasin le plus proche ou encore les prix de la concurrence autour de l'internaute, comme E.Leclerc l'active dans sa communication ;

- la donnée utilisateur, soit des données sociodémographiques, comportementales, comme les données intentionnistes d'achat, etc. Dans ce cas, nous savons exploiter les données d'entreprises comme Exelate.

*Vous êtes également branchés directement aux fournisseurs de données 3rd party, ce n'est pas un apport des agences ?*

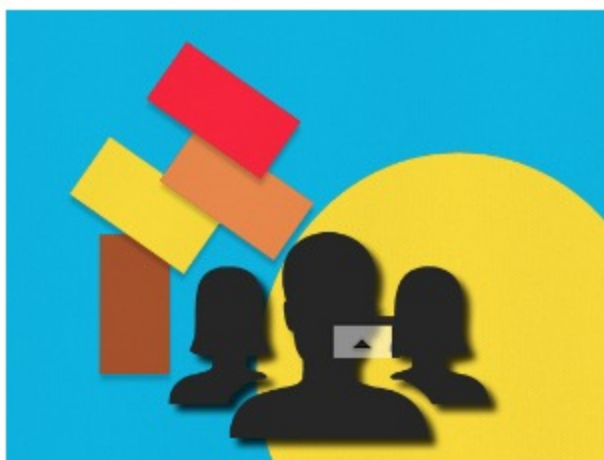
Le fait d'être déjà connecté à ces acteurs simplifie beaucoup les choses. C'est vraiment notre travail que d'interconnecter tous ces acteurs. Savoir récupérer la 3rd party via l'agence est une chose, être connecté directement peut être un plus dans certaines campagnes. Tout dépend de la configuration de la campagne.

*À combien de DSP par exemple, êtes-vous connectés, avec combien d'agences travaillez-vous ? Êtes-vous en direct aussi avec les marques ?*

Nous sommes agnostiques sur ce marché, nous travaillons avec tout le monde : les DSP, les agences média et les marques directement ou indirectement, etc. L'objectif étant de personnaliser le message à l'internaute, cela doit pouvoir se faire où qu'il se trouve, et donc de fluidifier au maximum les canaux. En fait, nous nous retrouvons souvent au cœur du système, ce qui apporte une visibilité très large du marché et des besoins de chacun.

*Quelle est au final votre différence vis-à-vis les autres solutions de DCO ?*

À périmètre égal d'activité, la concurrence n'est pas frontale. On va plutôt trouver des *trading desks* qui ont des solutions DCO intégrées avec des capacités en ressources de données qui seront beaucoup plus basiques. Ces acteurs le feront uniquement sur les campagnes qu'ils achètent, ce qui exclue la même personnalisation sur le reste du plan par exemple... Après, chaque acteur suit sa propre logique, c'est ce qui crée la richesse du marché. Notre force est justement celle de travailler intensément pour intégrer et traiter tout type de données afin d'offrir le choix de leur utilisation.



Pour nous, la concurrence se trouve plutôt sur l'*ad serving*, car il faut savoir que notre outil marche autant sur le gré à gré que sur le programmatique, la structure de nos campagnes suit le marché. Il en va de même sur les plans mobiles / *desktop*. Nous sommes le dernier *ad server* de la chaîne, nous sommes obligés de voir où la publicité sera-t-elle imprimée pour pouvoir la personnaliser. Nous avons développé des fonctionnalités d'*ad serving* qui sont assez poussées et qui font de nous un *ad server* créatif et dynamique, car il répond à des conditions de personnalisation dynamiques. Dans ce cadre, nous nous retrouvons en concurrence avec des acteurs comme Google ou Sizmek, ce qui est plutôt flatteur pour une équipe de 30 personnes !

*Et votre modèle économique ?*

Nous sommes au CPM. Pour plus de facilité, nous facturons les agences média et cela semble correspondre aux attentes de chacun.

Propos recueillis par Luciana Uchôa-Lefebvre

(Images : ©ADventori.)



Comment: Commentaires fermés sur ADventori, ad server dynamique et créatif (suite de l'interview) Categories: Data, DCO, Interviews Tags: Adventori, Carole Ellouk, data, dco Posted By: Lucianna Uchôa-Lefebvre

### articles liés



**Retargeting : Jivox intégré à AppNexus pour la diffusion de messages personnalisés en temps réel**  
décembre 23, 2016



**Gammed récompensé par la MMA : récit de ce que le programmatique offre à la pub sur mobile**  
décembre 1, 2016



**Neutralité et interconnexion, les secrets de la française ADventori (interview)**  
octobre 31, 2016

Comments are closed.

← Les trading desks s'équipent de solutions de suivi cross device  
Acheteurs : Les questions à se poser avant d'adhérer au programmatique (infographie) →

Rechercher...

### Newsletter

Entrez votre adresse e-mail

RECEVOIR LA NEWSLETTER

Suivre @Adexchange1 4 152 abonnés

### Étiquettes

- AD EXCHANGE
- AOL
- APPNEXUS
- ATTRIBUTION
- AUDIENC SQUARE
- BIG DATA
- CIBLAGE
- CRITEO
- DATA
- DISPLAY
- DMP
- DSP
- FACEBOOK
- FBX
- FRANCE
- FRAUDE
- GOOGLE
- IAB
- INFOGRAPHIE
- INTEGRAL AD SCIENCE
- LA PLACE MEDIA
- MARCHÉ
- MEDIAMATH
- MOBILE
- NATIVE
- PROGRAMMATIQUE
- PUB
- PUBLICITÉ
- PUBLICITÉ NATIVE
- PUBMATIC
- RETARGETING
- RTB
- RUBICON PROJECT
- SSP
- TRACKING
- TRADING DESK
- TUBEMOGUL
- TURN
- TWITTER
- VIDEO
- VIDEOLGY
- VISIBILITÉ
- YAHOO
- YOUTUBE
- ÉTUDE

### Util

- Guide et définitions
- Agenda des évènements
- Offres d'emploi

### Catégories

- Ad blocker (55)
- Ad Exchanges (2 037)
- Ad Server (515)
- Agences (8)
- Amazon (9)
- Analyse (1 040)
- Analytics (13)
- Annonceur (17)
- AOL (16)
- Apple (18)
- Aside (2)
- Attribution (32)
- Audio (23)
- Beacons (8)
- Branding (125)
- Branding - Direct (28)
- BtoB (3)
- Capital (112)
- Chatbots (1)
- Créas et bannières (354)
- Cross device (6)
- Data (939)
- DCO (8)
- DMP (358)
- DSP (537)
- E-commerce (35)
- Editeurs (116)
- Emailing (1)
- Evenement (104)
- Expérience utilisateur (7)
- Facebook (418)
- Formats (3)
- Foursquare (45)
- Fraude & Sécurité (236)
- Gallery (3)
- Géolocalisation (20)
- Google (226)
- Guide (39)
- Habillage (3)
- header bidding (20)
- Image (4)
- In-store (7)
- Infographie (562)
- Instagram (11)
- Instagram (29)
- Intelligence artificielle (4)
- Interviews (226)
- IoT (11)
- Link (2)
- LinkedIn (62)
- Marché (842)
- Mesure (11)
- Microsoft (24)
- Mobile (738)
- Mozilla (3)
- Native (132)
- Newsletter (1)
- Non classé (14)
- Objets connectés (6)
- Offline (8)
- Onboarding (19)
- OOH (5)
- Outstream (9)
- Performance (15)
- Personnalisation (5)
- Pinterest (81)
- Qualité et transparence (28)
- Quote (2)
- Regie (205)
- Retail (1)
- Retargeting (190)
- rich media (11)
- Search (14)
- Snapchat (20)
- Social (61)
- SSP (510)
- Standards (4)
- Standart (4)
- Télé connectée (6)
- Trading Desk (224)
- Twitter (205)
- USA (455)
- Video (634)
- Vie privée (respect de la) (42)
- Visibilité (56)
- Voitures connectées (2)
- WhatsApp (2)
- Yahoo (29)