

TRADING DESKS

FRANCE - 2017 Q3

adnovia ratecard

TRADING DESK	GRUPE / ACTIONNAIRE	DSP	DMP	DATA
	Omnicom MediaGroup	Agonistique : DBM, Amazon, Videology, S4M, Mediama, The Trade Desk	Plateforme big data prop. Annalect Data Platform (ADP) + Weborama, AK, Oracle/Bluekai, Adobe	Partenariat privilégié avec Weborama et look-a-likes C-Clone® Accès à l'ensemble des 3rd party data desktop (Weborama, Amazon, Kantar...), mobile (AdSquare, Statiq...), data onboards, data éditeur (media+data). Segmentations ad hoc desktop et mobile. Simulations de performance et volumétrie par segment d'audience.
	Havas Group	Activation DSPs marché via Meta-DSP : display, vidéo, mobile, social	Propriétaire (via Artemis Alliance)	1st-party : intégration online et offline ; 2nd-party : nombreux partenariats avec des éditeurs globaux et locaux ; 3rd-party : nombreux partenariats et prestataires à travers plusieurs types de data
	Dentsu Aegis Network	DBM, MediaMath, Turn, AppNexus, Amazon Advertising Platform, TheTradeDesk, Adform, OnebyAOL, etc	AMNET Audience Center, pouvant être connecté à l'ensemble des DMP	- Utilisation de 1st, 2nd et 3rd party data - Partenariats exclusifs data -Profiling d'audience et look-alike - Création de segments sur mesure - Création de DMP clients, ou connexion d'AMNET Audience Center à des DMP clients externes
	Publicis Media	DBM, RUN, Amazon, TheTradeDesk, Mediama, NetAdge, TubeMogul, Hawk, Drawbridge...	RUN DMP, Media DMP (Adobe), Google AC, Bluekai, Weborama, KruX, Makazi... Compatible toutes DMPclients.	Propriétaires : Publicis Data Warehouse, Quality Index, Media DMP 2nd : Deals privés éditeurs 3rd : Exelate, Google, Experian, Bluekai, Visual DNA, Acxiom, Drawbridge, LiveRamp... Audience/Ad Verification: OCR, VCE, Adloox, Google, Active View, IAS..
	IPG Mediabrands	Unity (meta-DSP propriétaire) DBM, TubeMogul, Turn, Rocketfuel, thetrade-desk, Benchmark régulier	Propriétaire - Total DMP Utilisation de DMP tierces - Turn, Bluekai	1st party: Audience on-site, Full Stack DoubleClick (DS3, GA360, YouTube, etc), CRM On-Boarding, Profiling audience, look-alike (media et data) 2nd party : Partenariats exclusifs data. 3rd party : Ensemble des fournisseurs 3rd party data du marché / Consumers Planning (via TGI et Acxiom)
	GroupM	Appnexus, TubeMogul, DBM, YAM+, Mediama, Amazon	Propriétaire, annonceurs (Adobe, X+1, Acxiom, Weborama, Ysance), media (Zipline, Turbine, Weborama, KruX)	Solution de ciblage propriétaire GroupM : Live Audience comprenant des partenariats avec différents providers dont Kantar TGI et Kantar World Panel, ainsi que le panel GroupM MPanel permettant un ciblage sur mesure. Utilisation de l'ensemble des typologies de data 1st, 2n, 3rd de manière agnostique. Plus de 2500 deals privés.
	OgilvyOne Wortwide SAS	DBM, Mediama, TheTradeDesk, Netadage, Appnexus	Accompagnement réflexion stratégique data et choix solutions techniques (AMP). Solution DMP interne	1st party, 2nd party via deals privés, 3rd party (connecté à tous les data providers), look-alike, modèles prédictifs
	NetBooster	DBM / AOL One / AMAZON (AAP) / Adform / Brightroll / surcouches adhoc	Agnostique sur la techno de stockage de Data. Surcouche de segmentation assurée par Data Scientists	Utilisation des données 1st PARTY des annonceurs > en respectant l'imperméabilité des données. Deal 2nd PARTY > contrats de Data Exchanges entre clients NetBooster Data 3rd PARTY > connectés à tous les providers du marché
	TimeOne Group	AppNexus, Turn	Propriétaire + connexion aux principaux DMP du marché	1st party + 3rd party + propriétaire
	Indépendant	Multi-DSP - display/ Mobile/Vidéo	Propriétaire	1st party (data géographique / data en temps réel / data User) 2nd party (deals et deal exclusif avec la PQR - Web 366) 3d party (connecté à l'ensemble de data provider)
	affilinet / United Internet	Mediama, NetADge, Virtual Minds	Connexion aux DMP marché	1st party 2nd party : deals négociés avec de nombreux éditeurs 3rd party : data online et offline, sémantique, social (Facebook & Twitter).
	Indépendant	Principaux DSP du marché pour trouver le meilleur en fonction des objectifs	DMP connectés aux DSP	1st, 2nd, 3rd party. Deals privés. Connectés à l'ensemble des Data providers internationaux. Data émotionnelle propriétaire (emojidata)
	Big Success	DBM	Propriétaire	1st party data 2nd party data : Digilowcost Analytics / Custom Audiences 3rd party Data : Acxiom, Exelate, Weborama, Bluekai...
	Indépendant	Meta DSP propriétaire	Propriétaire, Extension d'audience, Ciblage par profils, Qualification d'audience ient post campagne.	Data annonceur pour réengagement, exclusion... Data contextuelle et comportementale Data Adsquare, Factual...
	Indépendant	Appnexus	Propriétaire	1st party, proprietaries, Grapeshot, Nielsen
	Indépendant	Multi-DSP : display, mobile, video, audio, DOOH	Propriétaire	1st party annonceurs, 2nd party éditeurs partenaires négociée au cas par cas pour chaque annonceur, 3rd party avec tous les fournisseurs du marché (web et mobile)

TRADING DESKS

FRANCE - 2017 Q3

adnovia ratecard

VALEUR DIFFÉRENCIANTE UNIQUE
<p>Transparence totale sur la chaîne de valeur programmatique : détail at cost des frais techniques, coûts media & data, (facture envoyée à l'annonceur par le DSP), outils tiers (DCO, ad verification, synchronisation...).</p> <p>Très fortes expertises sur la data avec Annalect et sur le mobile (drive to store et segmentation mobile)</p>
<p>Solutions exclusives Havas Group : - 1^{er} Meta-DSP du marché, développé par MFG Labs : évaluer chaque campagne par 4 piliers, activer le meilleur inventaire avec cohérence, recommandations plus stratégiques et contrôle de qualité - Les 7 familles, la TV re-targeting ou les PPMG avec CSA Data Consulting : mieux intensifier les campagnes programmatiques vidéos en fonction de la puissance des campagnes TV (synergies TV/Vidéos) - La Française de programmation (100% premium, 100% français, 100% visibilité maximisée) : deals spécifiques premiums avec les plus gros publishers marché</p>
<p>- 1er acheteur Trading Desk en France - 20+ technologies opérées en France - Une approche de la Data inédite - Dashboards en ligne et reportings avancés - Les meilleurs experts du marché - Enrichissement créa internalisé (bannières dynamiques, rich media, formats exclusifs, etc)</p>
<p>Leader mondial avec pour seul crédo d'apporter aux marques la meilleure performance possible quelque soit l'objectif de campagne. Flexibilité et transparence garantie. Open source et tech agnostique. Bêta-testeur des nouveautés sur les formats, inventaires, device, algorithmes... DMP Media et Cross Device. Synchro cross media offline/online. Personnalisation créative avancée/ lookalike modelling. Spécialiste de la performance, des deals privés et dispositifs premium.</p>
<p>Agnostique en termes de technologies d'achat (Bake-off régulier des DSP), nous sommes capables d'adresser l'ensemble des offres programmatiques du marché. Meta DSP propriétaire UNITY : plateforme propriétaire permettant une gestion et une optimisation des campagnes sur nos DSP. uTag : outils de Tag Management propriétaire (créations d'audience, protection des données annonceurs, performance omnicanal, etc). Équipe de media Trader cross channel et cross DSP pour une optimisation des campagnes à la fois cross-supports et cross-levers.</p>
<p>Entité de GroupM Connect, ayant un positionnement Premium et transparent y compris sur l'achat média, data et technologies, et travaillant sur les 5 agences du GroupM, avec des experts dédiés par agence afin d'assurer la confidentialité nécessaire à nos annonceurs. Achat en programmation sur tous devices et formats. Meta DSP propriétaire Protéus : plateforme unique de programmation et d'optimisations sur plusieurs DSP en temps réel intégrant une interface de dashboarding.</p>
<p>Neo est une agence conseil en achat média digital, 100% data-driven. Nos équipes digitales opèrent au sein de l'agence et de façon transparente tout type de campagnes programmatiques sans passer par un trading desk propriétaire (Brand, ROI, Mobile, video, ...). Nous sommes partenaires de nombreux adnetworks et autres trading desks. Nous garantissons ainsi la plus grande neutralité dans nos choix.</p>
<p>Le Programmatic est une des principales expertises de Netbooster qui adresse tous les métiers du Digital. L'agence est l'unique acteur activant tous ces leviers à l'international. Le Trading Desk profite donc des expertises Media, CRM, Search, Data, au minimum lors du set up, et des ponts se créent avec le SEO, via le Native par exemple. Enfin, le Studio créa intégré permet agilité et A/B test.</p>
<p>3XCHANGE est une Plateforme de Marketing Programmatic bâtie autour de 3 piliers fondamentaux : sa technologie, son inventaire et son savoir-faire. Nos technologies (DCO, DMP, tracking Cross Devices, etc) nous permettent une maîtrise de la pression marketing et une scénarisation adaptée. Grâce à « T1 », notre DMP prescriptive, nous produisons de la DATA propriétaire et de la segmentation comportementale via du Machine Learning.</p>
<p>Spécialiste de l'intelligence géographique, Geolink permet le ciblage, la représentation cartographique des données en temps réel, l'optimisation en temps réel des zones géomarketing et de leurs datas : Pays / Régions / Départements / Villes / Communes / Points d'intérêt. Nos outils propriétaires : Geolink, Web To Store, DCO, Isochronie, Clovees (algorithme d'optimisation des campagnes) et Datalink (analyse et apprentissage 1st party)</p>
<p>TRANSPARENCE : des ciblage, de la diffusion et des coûts. PERSONNALISATION : nombreux deals et formats - display, habillage, native, mobile, vidéo, social. PERFORMANCE : équipe d'experts, suivi de vos objectifs, couverture de l'intégralité du tunnel de conversion. FLEXIBILITE : configuration personnalisée du tracking et des reportings.</p>
<p>> Favorisant le test&learn sur les technologies et les segments data en partenariat avec les clients > 100% indépendant et transparent (url, choix stratégiques) > dimension locale & globale (4 bureaux dans le monde) > innovant et expert en Créative Data</p>
<p>Avec l'expertise du Real Time Bidding, Digilowcost associe ce mode d'achat à des leviers plus branding afin de garantir couverture et visibilité au meilleur tarif. Digilowcost, sélectionne avec vous les leviers les mieux adaptés, et optimise votre campagne au quotidien pour vous garantir les meilleures performances.</p>
<p>Le seul trading desk mobile français à proposer : une transparence totale des supports en programmation (app et sites mobiles) / des modes d'achats exclusifs (au temps passé, visiteur unique...) avec optimisation sur chaque KPI client grâce à un tracking propriétaire et ses algorithmes / une DMP propriétaire, intégrée à l'achat media et constituée pour chaque client. Enfin, E-novate travaille sur un Meta DSP pour plus de liberté et de reach</p>
<p>- Solution tiers de confiance d'attribution du ROI par levier. Identification des parcours d'achat sur le long-terme ainsi que des combinaisons de leviers convertissantes, en cross-devices. - BrandROI, dispositif exclusif, associant SEA + Display + Web analytique + Rémunération à la performance (au clic, lead ou CA), permet d'obtenir un ROI moyen de 20+</p>
<p>Expert indépendant du programmatic depuis 2009, présence internationale dans 5 pays : - 100% agnostique et exhaustif sur les inventaires media et data - Plateforme de pilotage programmatic multi-DSP (web, mobile, social, video, native, DOOH, Audio) - Engaged!™ Technologie propriétaire de personnalisation de messages publicitaires en temps-réel (DCO) - Accompagnement sur mesure : du full service jusqu'à l'internalisation annonceur (cf. case Air France, 1er trading desk annonceur en France) via Gammed Academy (formation) et Gammed Consulting</p>

TRADING DESKS

FRANCE - 2017 Q3

adnovia ratecard

TRADING DESK	GROUPE / ACTIONNAIRE	DSP	DMP	DATA
	Indépendant	Propriétaire dont DSP Mobile	Propriétaire	- Scoring comportemental en temps réel propriétaire & cross-device tracking (Score Powered Audiences) - 3rd party data: data providers, social, synchros TV / météo / sport, brand safety, fraud - 1st party data: CRM onboarding
	1000Mercis	Propriétaire (Taxi), connecté à AppNexus, DBM, Dataxu, TubeMogul, mazon et Facebook	Propriétaire	1st party, 2nd party, 3rd party, visibilité, météo, synchro TV, data onboarding, algorithmes prédictifs ad-hoc, ... Offre DMP 1000mercis pour consolider et activer les données de l'annonceur (media, sites, CRM, social) en multi-canal et en cross-device.
	Rakuten	Propriétaire	Propriétaire	1st party + 3rd party data
	Indépendant	Appnexus (customized bidder)	Propriétaire	1st party + Propriétaires + 3rd Party (eXelate / Axiom)
	Indépendant	Propriétaire	Propriétaire	1st Party data exclusive
	Indépendant	DSP propriétaire intégré : technologie user-centric, algorithmes et bidder programmable	DMP média propriétaire brevetée, connectivité effective avec les principales DMP	Data unique collectée via des outils propriétaires et, issue de tous les points de contact des marques : site, mobile, réseaux sociaux, email, CRM, DMP Accès aux data 2nd et 3rd party. Durée de vie de la data ajustable de 30 jours à 13 mois
	Indépendant	Propriétaire	Propriétaire	Propriétaire, 80 milliards d'impressions publicitaires évaluées chaque jour, 3,5 milliards de profils anonymes
	Skaze	Mediamath / Mediarithmics	Mediamath	Datalake propriétaire, basé sur un mix cookie et fingerprint, infrastructure elastic-search et mongoDB. 1st party data annonceur / 2nd party éditeur négocié pour chaque campagne / 3rd party avec tous les data providers
	dunnhumby (groupe Tesco)	Propriétaire	Propriétaire	1st party, technologie propriétaire permettant de segmenter les audiences pour accroître la Customer Lifetime value (acquisition, retargeting, fidélisation)
	Mozoo	Bidder propriétaire	Propriétaire	Contextuelle et comportementale, issue du réseau d'éditeurs en direct de Numbate, groupe Mozoo également.
	TRADEDOUBLER AB	Propriétaire et connecté aux principales DSP du marché (AppNexus, MNG, Avazu, DynAdmic, etc.)	Propriétaire	1st Party 3rd party (data providers)
	Indépendant	Algorithmes de ciblage et d'achat (bidder) propriétaires	Propriétaire	Smartdata (Pôle Publishing de 6 experts) : 16M VU/mois multi-verticales Data Webedia exclusive en extension d'audience sur l'ensemble du web : 80M VU/mois web et 15M VU/mois mobile + connecté à l'ensemble des data providers 3rd party internationaux
	Indépendant	Appnexus, TubeMogul	Propriétaire	1st party, 2nd party (sites et bases emailing propriétaires), 3rd party (fournisseurs data)
	Indépendant	DBM + DSP Vidéo Propriétaire	Propriétaire. Data visualisation simplifiée des audiences. Segmentation data comportementale.	1st party data (centres d'intérêt avec classification par type de biens/services/devices) & 3rd party (connectés à tous les datas provider). Pionnier dans l'exploitation de data, Ve collecte des milliards de données d'audience (KPMG, 2016) dans le monde.
	Awin AG / Axel Springer AG et Swisscom (Suisse) SA	Meta DSP T1MM / Mediarithmics	-	1st party et 3rd party + données contextuelles + données comportementales et sectorielles.
	CCM BENCHMARK GROUP	Propriétaire (solution Saas et self-service disponibles) Connectable à n'importe quel DMP tierce	DMP propriétaire (OFFERTE) pré connectée à notre DSP. Propriétaire alimentée datas sites groupe FIGARO/CCMBENCHMARK	Datas exclusives FIGARO/CCM + LA REDOUTE proposant de la donnée sociodémo, sémantique, comportementale, intentionniste et transactionnelle) + Data d'intégrité d'audience + Data advisability et brandsafety + Data des fournisseurs tiers du marché.

TRADING DESKS

FRANCE - 2017 Q3

adnovia ratecard

VALEUR DIFFÉRENCIANTE UNIQUE
- Scoring comportemental propriétaire (intérêts & engagement) - Data Science et modelling. Création d'audiences (DMP) - Studio : DCO, Rich Media, Vidéo, Social, Mobile - Inventaire: Open Exchange, PMP, Social, Mobile & Vidéo. Optimisation : CPM dynamique, Attribution, Brand Safety, Transparence et aide à l'internalisation.
Un savoir-faire démontré en Data, CRM et programmation, dans la collecte, la consolidation, la valorisation et l'activation de la donnée de l'annonceur, en France et à l'international, en toute confidentialité et transparence. Réunissant toute la technologie et les compétences clés : marketing, mathématique, data, technique, graphique, juridique. Fort investissement en R&D en particulier dans le domaine du Machine Learning.
Rakuten Marketing (anciennement Nextperf) : Plateforme d'Intelligence Artificielle dédiée au display à la performance. Nos algorithmes prédisent en temps réel la probabilité d'obtenir une conversion (vente, inscription) en fonction de chaque utilisateur croisé sur le réseau d'éditeurs. Notre mission est d'apporter des ventes et du ROI à nos annonceurs. Notre business modèle unique s'appuie sur une garantie d'atteinte des cibles clients COS/CPO
Approche datascience unique pour une activation programmatique multicanale (Display/Video/Search/Social)
Solutions Display et vidéo 100% programmatique sur l'ensemble des devices. Quantcast vous accompagne tout au long de vos stratégies de communication online en Branding et Performance. Grâce à notre data propriétaire exclusive, nous opérons vos campagnes d'acquisition mais aussi vous proposons des possibilités illimitées de communiquer grâce aux signaux d'intention et d'intérêts issus des requêtes Search combinés à des critères socio-démo.
Stack DMP et DSP intégré. Management des campagnes avec gestion de la transparence sur les coûts et les stratégies Outils propriétaires de ciblage « user-centric » (intention, contenus, socio-démographie) et technique (OS, ISP, géolocalisation...) Solution multi-canal (vidéo, display, native, cross-device, email) et multi-inventaires (RTB et private auction) Outils de reporting et d'analytics propriétaires avec connexion aux principaux outils du marché
- Grâce à la Big Data et à l'Intelligence Artificielle pour un mass market individualisé- Solution multi support: Display, Vidéo, Mobile, Social - Offre en Managed Service et Self Service DCO en Retargeting et Prospection - 11000 critères de ciblage - Cross-Device permettant de gérer un même individu sur mobile, tablette, desktop
-Trading desk programmatique omnicanal (display, insertion newsletter, e-mail retargeting, audio) -DCO propriétaire -Data Lake en API ouverte -Création des éléments graphiques intégrée -Analyse de la valeur incrémentale des campagnes
Solution de display programmatique « Full Funnel ». Segmentation « user-centric » permettant de travailler séparément prospects vs. visiteurs vs. clients Personnalisation des bannières dynamiques avec DCO- HTML5. Méthodologie transparente Glass Box : visibilité sur les cappings, les optimisations et les 13 algorithmes de bidding.Campagnes desktop, mobile, in-App + native.Optimisations au CPM, CPL, CPA, ou ROI. Equipe de service experte à Paris, délivrant un accompagnement best-in-class. Présence mondiale dans 22 bureaux.
Basé en France et au Royaume-Uni, le trading desk mobile Surikate est un leader européen sur le marché des trading desk mobiles. Couplant expertise mobile, data propriétaire, tierce et des capacités de ciblage unique, Surikate permet de délivrer et d'optimiser des campagnes à la performance de manière la plus rentable et la plus efficace pour ses clients.
En mixant son savoir-faire de marketing à la performance et son expertise en programmation, Tradedoubler répond aux problématiques de ses clients en adaptant les stratégies selon les objectifs fixés, les devices ciblés et les formats publicitaires (display, mobile, vidéo, native ads).
1/ Algorithmes de ciblage et d'achat propriétaires, ouverts et sur-mesure 2/ Data propriétaire et exclusive (partenariat avec de grands éditeurs, notamment Webedia) 3/ Transparence d'exécution, granularité de reporting et partage des URLs de diffusion 4/ Outil de mesure et d'optimisation de la valeur incrémentale (uplift) 5/ 1er acheteur indépendant programmatique en France (SRI, 2016)
«Basé à Paris, Madrid, Barcelone et Dubai, TradeSpotting compte parmi les références sur le marché du Marketing Programmatique. Son positionnement sur toute la chaîne du Programmatique : publishing, monétisation de data, Media Trading et tracking pluri-canal en fait un one-stop shop expert pour le ciblage des audiences stratégiques tous terminaux : mobile, tablette et PC, aussi bien avec un objectif de Branding, que de Performance.
La combinaison de nos services de RTB display advertising, soutenus par notre DMP, et de nos outils de réengagement en ligne (Retargeting, On-Site & Email Remarketing) offre aux e-commerçants une couverture totale du parcours en ligne pour optimiser l'acquisition et la conversion de clients sur leur site.
Awin s'appuie sur le mix programmatique (cadre de diffusion + formats + data) pour répondre aux objectifs de ses clients sur les trois étapes de l'entonnoir de conversion (notoriété & visibilité / trafic / conversions). Présent sur 12 pays, Awin répond à la fois à des problématiques Web et/ou Mobile locales et/ou internationales.
Datas exclusives FIGARO/CCM + LA REDOUTE proposant de la donnée sociodémo, sémantique, comportementale, intentionniste et transactionnelle) + Data d'intégrité d'audience + Data advisability et brandsafety + Data des fournisseurs tiers du marché.