























TRADING DESK	DATA	AVANTAGE CONCURRENTIEL
	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.	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...). Très fortes expertises sur la data avec Annalect et sur le mobile (drive to store et segmentation mobile)
	Affiperf travaille avec les data éditeurs (Figaro media, Le monde, Orange, etc), data provider (Axiom, Bluekai, Exelate, etc), data DSP (Amazon, DBM, MediaMath) et data client dans le cas de projet DMP.	Exclusives : - 1er Meta-DSP du marché : recommandations plus stratégiques, contrôle de qualité, gain en efficacité campagne.- Algorithmes propriétaires d'audience et de performance - Solutions : 7 familles, PPMG TV, TV re-targeting, La Française de programmation, Segments data du panel CSA, Media Quality Barometer (MQB) pour garantir la qualité de diffusion
	1st party, 2nd party et 3rd party Data. Accompagnement stratégique et technique de nos clients sur les problématiques CRM & DMP (du choix des outils à l'activation en passant par la segmentation)	1er trading desk d'agence en France (créé en 2009). Equipes seniors & polyvalentes : expertes en programmatique (Display, SEA, Social Média) et en achat classique : une nécessité pour comprendre les enjeux et exploiter les synergies multi-levers. 100% agnostique sur le choix des outils : meilleures solutions et outils du marché en fonction des besoins et contraintes du client.
	- 1st, 2nd, 3rd party data - Partenariats exclusifs data et segments sur mesure - Profiling audience, look-alike - Création DMP clients, connexion AMNET Audience Center à DMP clients externes- Data activables : socio-démo, comportementale, émotionnelle, intérêts/intentions/consommations, look-alike, retargeting, fidélisation, cross-sell, CRM, on et off...	- 1er acheteur Trading Desk en France - Expert technologique : 20+ DSP utilisés, algorithmes customisés, surcouches techniques - Brandsafety par défaut - Dashboards, reportings et insights avancés- Offre programmatique pluri-media (Digital, IPTV, radio digitale, DDOH) - Studio intégré - Création et gestion de DMP clients, CRM onboarding
	Propriétaires: Publicis Data Warehouse, Media DMP, Publicis People Cloud 2nd: Deals privés et DSP (Amazon, Yahoo, Gravity...) 3rd: Axiom, Adsquare, Experian, Eyeota, Google, Lotame, Nielsen, Oracle, 3WR, Carrefour... Ad Verification: VCE, Adloox, Google, Active View, IAS, DAR, MOAT, OpenSlate...	Flexibilité et transparence garantie. Open source et tech agnostique. Bêta-testeur des nouveautés formats, inventaires, device, Custom algorithmes... DMP Media et Cross Device. Synchro cross media offline/online. DCO/lookalike modelling. Spécialiste performance, deals privés et dispositifs premium.
	Grand central: Solution propriétaire de gestion et d'analyse de la data : - 1st (Audience on-site, Full Stack DoubleClick [DS3, GA360], YouTube, etc), CRM On-Boarding -2nd & 3rd. Cette analyse est indispensable pour détecter les bonnes audiences à cibler. Nous fournissons un maximum d'insight à nos annonceurs	Agnostique en termes de technologies d'achat (Bake-off régulier des DSP). Meta DSP propriétaire UNITY : plateforme permettant de centraliser la gestion, l'optimisation et reporting des campagnes de l'ensemble des DSP utilisés uTag : Tag Management propriétaire (créations d'audience, protection des données ...)
	- [mp]ID : identifiant propriétaire unique qui unifie l'information consommateur, quel que soit le device, l'écran ou le data set. - m[Insight], DMP média permettant d'agréger et segmenter l'ensemble des sources de données disponibles, y compris celles de nos annonceurs, en audiences activables via notre meta DSP m[Activate]	GroupM a créé m[Platform], une suite technologique propriétaire à même de se connecter de façon agnostique et transparente à tous les stacks du marché tirant ainsi profit des données, des technologies et des expertises afin d'adresser et mesurer une audience spécifique, de manière globale sur l'ensemble des devices et des médias.
	- 1st party data via dmp / datalake - deals 2nd party data sur mesure- connexion Data / Media / crea - Offre data end to end : de la stratégie à l'activation média (recommandation, set up et gestion DMP clients, custom audience)	Netbooster-Artefact, le trading desk pionnier en programmatique opère sur le marché européen et international. Créativité et exploitation de la data au cœur de son développement. Transparence et pertinence pour chaque action média, via des stratégies data driven, sur-mesure et cross-device. Créations dynamiques développées par leur Studio interne.
	1st party + 3rd party + propriétaire	Bâtie autour de 3 piliers: technologie, inventaire et savoir-faire. Nos technologies (DCO, DMP, Tracking, etc) nous permettent une pression marketing et une scénarisation adaptée. Via notre DMP prescriptive, nous produisons de la DATA et de la segmentation comportementale via du Machine Learning
	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 des data providers Exelate, Bluekai, axiomi...)	adcleek a lancé en 2017 la marque LAGEO, solution de gestion des campagnes digitales multifocales, géociblée et multi-device. Solution dédiée aux marques à réseau, LAGEO est une innovation technologique au service d'une communication de proximité ou chaque point de vente est traité de façon unique.
	1st party et 3rd party + données contextuelles + données comportementales et sectorielles.	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.
	1st, 2nd, 3rd party. Deals privés. Connectés à l'ensemble des Data providers internationaux. Data émotionnelle propriétaire (emojidata)	> 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
	1st party data 2nd party data : Digilowcost Analytics / Custom Audiences 3rd party DataAxiom, Exelate, Weborama, Bluekai...	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.
	Data annonceur : pour réengagement, exclusion... Data E-novate : contextuelle et comportementale (app usage) Data 3rd party : Adsquare, Factual...	Le seul trading desk mobile ayant développé une surcouche d'amélioration programmatique, connectable à chaque DSP, pour un achat plus performant : transparence totale des supports / modes d'achats exclusifs (temps passé, visiteur unique...)/ data accessible / outil «se voir» en programmatique...

TRADING DESK	DATA	AVANTAGE CONCURRENTIEL
	- 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	- Scoring comportemental propriétaire (Intérêts & engagement) - Data Science et modélisation. 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.
	1st party, proprietaries, Grapeshot, Nielsen	- 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+
	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)	Expert indépendant du programmatique depuis 2009, présent dans 6 pays : 100% agnostique et exhaustif sur les inventaires média et data, Plateforme multi-DSP, Engaged!™ : technologie propriétaire de DCO, Accompagnement sur mesure : du full service jusqu'à l'internalisation via la Programmatic Academy By Gammed!
	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.	Savoir-faire Data, CRM et programmatique (RTB, vidéo et social) dans l'activation de la donnée annonceur, France et international, en toute transparence. Accompagnement ad hoc s'appuyant sur les compétences clés technique, data science, media trader... Fort investissement en R&D dans le Machine Learning notamment.
	1st party + 3rd party data	Rakuten Marketing est le leader des solutions de marketing digital permettant de maximiser la performance des campagnes online de ses clients. Grâce à une technologie propriétaire, les marketeurs engagent ainsi les internautes à travers le levier display, l'affiliation, l'attribution et le social.
	1st Party data exclusive	IA au service de vos campagnes display et vidéo. 100% programmatique et multi devices. Data exclusive et temps réel de Quantcast Measure, algorithmes propriétaires pour l'activation de vos campagnes d'acquisition. Ciblage branding personnalisé à partir de données de requêtes Search. Tous les outils sont propriétaires.
	Data issue de tous les points de contact des marques : site, mobile, réseaux sociaux, email, CRM, DMP : • Data unique collectée via nos outils propriétaires • Data provenant de nos sites média partenaires. Accès aux data 2nd et 3rd party	RhythmMax : Plateforme programmatique full stack pour connecter les marques à des audiences ultra-qualifiées sur tous devices et formats. Suite d'outils analytiques tous signaux, DSP propriétaire, inventaire, propriétaire sécurisé, adexchanges et SSP (#1 US et #3 international), brand safety et visibilité : RhythmGuard
	Propriétaire, 80 milliards d'impressions publicitaires évaluées chaque jour, 3,5 milliards de profils anonymes	- Grâce à la Big Data et à l'Intelligence Artificielle pour un mass market individualisé- Solution multi support: Display, Video, 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
	Datalake propriétaire, basé sur un mix cookie et fingerprint, infrastructure elasticsearch et mongoDB. 1st party data annonceur / 2nd party éditeur négocié pour chaque campagne / 3rd party avec tous les data providers	-Trading desk programmatique omnicanal (display, vidéo, insertion newsletter, e-mail prospecting et retargeting, radio) -DCO propriétaire et 100% scénarisée -Data Lake en API ouverte -Création des éléments graphiques intégrée - Analyse de la valeur incrémentale des campagnes
	1st party, technologie propriétaire permettant de segmenter les audiences pour accroître la Customer Lifetime value (acquisition, retargeting, fidélisation). Nouveauté: Audience Partner Model s'appuyant sur l'audience et la data de retailers pour des campagnes de trade marketing ou de branding selon un modèle transparent	Display programmatique Full Funnel : Video, Mobile, In-app. Achat algorithmique automatisé et brand safe. Transparence sur audiences, cappings et stratégies d'enchères. Personnalisation bannières dynamiques DCO. Optimisation post-clic CPA, CPL ou ROI. Equipe de servicing best-in-class à Paris
	1st Party 3rd party (data providers et sites du groupe Reworld Media)	Des données segmentées sur 13 Marques du groupe Reworld Media : AutoMo-to, Marie France, Maisons&Travaux, Gourmand, etc. Tradedoubler apporte une solution globale du branding à la performance (ADN historique) multi devices et multi formats : display, social, mobile, vidéo, native ads et habillage.
	1/ Construction de segments sur mesure via de la donnée brute transparente 2/ Partenariats exclusifs, dont les audiences Webedia : 177M VU/mois, dont 100M VU sur ordinateur et 111M VU mobile	1/ Construction d'outils de ciblage, d'achat et d'optimisation sur-mesure on top des DSP. 2/ Outils de mesure et d'optimisation de la visibilité cumulée et de l'uplift publicitaire. 3/ 1er acheteur indépendant, 180 personnes pour vous accompagner (dont 47% dédiées à la technologie)
	1st party, 2nd party (sites et bases eMailing propriétaires), 3rd party (fournisseurs data)	Basé à Paris, Madrid, Barcelone et Dubai. Positionnement sur toute la chaîne du Programmatique : publishing, monétisation data, Media Trading et tracking pluri-canal. 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.
	Datas exclusives FIGARO/CCM + LA REDOUTE proposant de la donnée socio-démo, sémantique, comportementale, intentionniste et transactionnelle. + Data d'intégrité d'audience + Data advisability et brandsafety + Data des onboards principaux du marché.	100% French Tech: DSP + moteur de segmentation propriétaire, transparence totale sur la diffusion/prix et datas utilisées. Algorithme d'optimisation personnalisable, DCO propriétaire, Activation Onboarding CRM. Internalisation programmatique Agence/Annonceur: conseil, accompagnement, co-management