

TRADING DESKS

FRANCE - 2017 02

adnovia ratecard

TRADING DESK	GROUPE / ACTIONNAIRE	DSP	DMP	DATA
	Omnicom Mediagroup	Agnostique - DBM, Agnostique, Videoguy, SM, Mediagroup, The Trade Desk	Plateforme big data prop. Amnact Data Platform, Adnove, Adnove AI, Oracle Blueair, Adobe	Partenariat privilégié avec Weborama et look-alikes C-Quint. Accès à l'ensemble des 3rd party data desktop (Weborama, Amazon, Kantar...), mobile (adsquare, Statiq...), des données, des éditeurs (media, retail, digital), du desktop et mobile. Simulation de performance et validation par segment d'audience.
	Hasas Group	Activation DSP, marché via Meta-DSP : display, vidéo, mobile, social	Propriétaire Via Aramis Alliance	1st party : intégration online et offline ; 2nd party : nombreux partenaires avec des éditeurs globaux et locaux ; 3rd party : nombreux partenaires et prestataires à travers plusieurs types de data
	Dentsu Aegis Network	DBM, Mediaguy, Turn, Appexus, Amazon Advertising Platform, The Trade Desk, Omnicom, etc.	AMNET Audience Center, pouvant être connecté à l'ensemble des DMP	- Utilisation de 1st, 2nd et 3rd party data - Partenariat 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, The Trade Desk, Mediaguy, Metacore, TubeMogul, Hawk, Drawbridge...	RUN DMP Media DMP (Adcol, Google Ad, Blueair, Weborama, Kantar, Media...	Propriétaires - Publicis Data Warehouse, Quality Index, Media DMP 2nd : Data privés éditeurs 3rd : Exale, Google, Experian, Blueair, Visual DNA, Axiom, Drawbridge, LiveRamp... Audience/Ad Verification: DCR, VCE, Adloox, Google, Active View, AS...
	IPG Mediabrand	Unity Inetia DSP propriétaire DBM, TubeMogul, Turn, RocketHub, The Trade Desk, Benchmark, regular	Propriétaire - Total DMP Utilisation de DMP tierces - Turn, Blueair	1st party : Audience on-site, Full Stack DoubleClick (DS), GA360/YouTube, etc., CRM On-boarding, Profiling audience, look-alike Inetia et data 2nd party : Partenariats exclusifs data, 3rd party : Ensemble des fournisseurs 3rd party data du marché / Consumers Planning via ITO et Axiom)
	Groum	Appexus, TubMogul, DBM, YAM+, Mediaguy, Amazon	Propriétaire annonceurs, lookalike x41, Axiom, Weborama, Media IQline, Tunisie, Weborama, Kantar	Solution de ciblage propriétaire Groum - Une Audience comprenant des partenaires avec différents providers dont Kantar, ITO et Kantar World Panel, ainsi que le panel Groum 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.
	OrlyOne Worldwide SAS	DBM, Mediaguy, The Trade Desk, Metacore, Appexus	Accompagnement relation stratégique data et choix solutions techniques (AMP), Appexus	1st party : 2nd party via deals privés, 3rd party (connecté à tous les data providers), look-alike, modèles prédictifs
	NetBooster	DBM / ROI, One / AMAZON, Adnove, Adnove Brightroll / sur crochets adhoc	Agenceur sur le thème de la data, du Data Science, couche de segmentation assurée par Data Scientists	Utilisation des données 1st PARTY des annonceurs + en respectant l'impérabilité des données 2nd party / Deals et 3rd party exclusif avec la DCM - Web 360 Deal 2nd PARTY : contrats de Data Exchanges entre clients NetBooster Data 3rd PARTY : connectés à tous les providers du marché
	TimeOne Group	Appexus, Turn	Propriétaire + connexion aux principaux DMP du marché	1st party + 3rd party + propriétaire
	Independent	Multi-DSP - display / MobileVideo	Propriétaire	1st party (data géographique / data en temps réel / data User) 2nd party / Deals et 3rd party exclusif avec la DCM - Web 360 3rd party (connecté à l'ensemble de data provider)
	affilinet / United Internet	Mediaguy, MetaDge, Virtual Minds	Connexion aux DMP marché	1st party : deals négociés avec de nombreux éditeurs 2nd party : data online et offline, sémantique, social (Facebook & Twitter), 3rd party : Data acquise, Exale, Weborama, Blueair...
	Independent	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 endomonde, propriétaire (enjoydata)
	Big Success	DBM	Propriétaire	1st party data 2nd party data : Digiloxica Analytics / Custom Audiences 3rd party Data : Axiom, Exale, Weborama, Blueair...
	Independent	Meta DSP propriétaire d'audience, Châpe par profil, qualification d'audience	Propriétaire, Extension d'audience, Châpe par profil, qualification d'audience	Data annonceur pour réengagement, exclusion... Data contextuelle et comportementale Data Adsquare, Pactua...
	Independent	Appexus	Propriétaire	1st party, propriétaires, Grapeshot, Nielsen
	Independent	Multi-DSP : display, mobile, video	Propriétaire	1st party annonceurs, 2nd party éditeurs partenaires négocié au cas par cas pour chaque annonceur, 3rd part avec tous les fournisseurs du marché (web et mobile)

TRADING DESKS

FRANCE - 2017 02

adnovia ratecard

VALEUR DIFFÉRENCIANTE UNIQUE
Transparence totale sur la chaine de valeur programmatique : détail et cas des frais techniques, coûts media & data, l'acture envoyée à l'annonceur par le DSP), outils tiers (IDOO, ad verification, synchronisation...), tous les experts sur la data avec Amnact et sur le mobile (live io score et segmentation mobile)
Solutions exclusives Hasas Group : - 1 ^{er} Meta-DSP du marché, développé par PMG Labs : réaliser chaque campagne par 4 pillars, activer le meilleur inventaire avec cohérence, recommandations plus stratégiques et contrôle de qualité - Les 7 familles, la TV re-targeting par les PMG avec CSA Data Consulting : mieux inventarier les campagnes programmatiques vidéos en fonction de la puissance des campagnes TV (spengys TVMédias) - La Française de programmatique (100% premium, 100% français, 100% visibilité maximale) : deals spécifiques premiums avec les plus gros publishers marché
- 1 ^{er} acheteur Trading Desk en France - 20+ technologies opérées en France - Une approche de la Data inédite - Dashboards en ligne et reporting avancés - Les meilleurs experts du marché - Embarquement créa interne (banques dynamiques, rich media, formats exclusifs, etc)
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. Beta-testeur des nouveautés sur les formats, inventaires, device, algorithmes... DMP Media et Cross Device, Synchro cross media offline/online. Personnalisation créative avancée/ lookalike modeling. Spécialiste de la performance, des deals privés et dispositifs premium.
Agnostique en termes de technologies d'achat (Bake-off régulier des DSPs, nous sommes capables d'adresser l'ensemble des offres programmatiques du marché, Meta DSP propriétaire UNITY : plateforme propriétaire permettant une gestion et de façon transparente tout type de campagnes programmatiques sans passer par un trading desk propriétaire (Brand, ROI, Mobile, video, ...)). Nos sommes partenaires de nombreux adnetworks et autres trading desks. Nous garantissons ainsi la plus grande neutralité dans nos choix.
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.
Le Programmatique est une des principales activités de Netbooster qui adresse tous les métiers du Digital, l'agence est l'unique acteur activant tous ces leviers à l'international. Le Digital Media est un secteur à forte croissance, CRM, Search, Data, au minimum lors du set up, et des points de contact avec le SEO, via le Native par exemple. Enfin, le Studio créa intégré permet agile et A/B test.
3CHANGEO est une Plateforme de Marketing Programmatic bilit autour de 3 piliers fondamentaux : sa technologie, son inventaire et son savoir-faire. Nos technologies (IDOO, DMP, Tracking Cross Devices, etc) nous permettent une maîtrise de la pression marketing et une scénarisation adaptée. Grâce à "11" « notre DMP prescriptive, nous produisons de la DATA propriétaire et de la segmentation comportementale via du Machine Learning.
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 données (Pays / Régions, Départements / Villes / Communes, Points d'intérêt, etc) et de leurs propriétaires (GeoLink, Web To Store, DCO, Isochrone, Clusters d'algorithmes d'optimisation des campagnes) et DataLink (analyses et apprentissage 1st party)
TRANSPARENCE : des ciblages, de la diffusion et des coûts. PERSONNALISATION : nombreux deals et formats - display, habillage, native, mobile, video, 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.
> Favoriser le test&learn sur les technologies et les segments data en partenariat avec les clients > 100% indépendant et transparent (url, choix stratégiques) > inventaire local & global (canaux dans le monde) > inventaire et report en C&Able Data
Avec l'expertise du Real Time Bidding, Digiloxica associe ce mode d'achat à des leviers plus branding afin de garantir couverture et visibilité au meilleur prix. Digiloxica, sélectionne avec vous les leviers les mieux adaptés, et optimise votre campagne au quotidien pour vous garantir les meilleures performances.
Le seul trading desk mobile français à proposer : une transparence totale des supports en programmatique (app et sites mobiles) / des modes d'achats exclusifs (au temps passé, visiteur unique...) avec optimisation sur chaque KPI client grâc à un tracking propriétaire et ses algorithmes / une DMP propriétaire, intégrée à l'achat media et constituée pour chaque client. Enfin, Ecnova travaille sur un Meta DSP pour plus de liberté et de reach
- 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 - BrandIO, dispositif exclusif, associant SEA + Display - Web analytique - Rémunération à la performance (au clic, lead ou CAl, permet d'obtenir un ROI moyen de 20+
Expert du programmatique depuis 2007, présence internationale dans 6 pays : - 100% agnostique et exhaustif sur les inventaires media et data - Plateforme de pilotage programmatique multi-DSP (web, mobile, social, video, native) - "Engaged" : technologie de personnalisation de messages publicitaires en temps-réel (IDOO) - Accompagnement sur mesure : du full service jusqu'à l'internalisation annonceur (cf. case Air France, 1 ^{er} trading desk annonceur en France) via Gamned Academy (formation) et Gamned Consulting

ADING DESKS

FRANCE - 2017 Q2

adnovia
ratecard

VALEUR DIFFÉRENCIANTE UNIQUE	
Scoring comportemental propriétaire (Intérêts & engagement) - Data Science et modeling, Création d'audiences (IDMP) - Data: DDO, Rich Media, Video, Social, Mobiles - Inveniance Open Exchange: PMV, Social, Mobile & Video - Optimisation : CPM dynamique, Attribution, Brand Safety, Transparence et aide à l'internalisation.	
Réalisation Marketing lancement Nextperfl - Plateforme d'Intelligence Artificielle dédiée au display à la performance. - Nos algorithmes présentent 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'attribution des clics clients CDS/CPD	
Approche d'attribution unique pour une activation programmatique multicanal (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 grâces aux signaux d'intention et d'intérêts issus des requêtes search combinés à des critères socio-dém.	
Stack: DMP et DSP intégré. Management des campagnes avec gestion de la transparence sur les coûts et les stratégies Outils propriétaires dans le ciblage « user-centric » (Intention, contenus, socio-démographique 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, Video, Mobile, Social - Offres en Managed Service et Self Service DCO en Remarketing et Prospection - 11000 critères de ciblage - Cross-device permettant de géolocaliser un même individu sur mobile, tablette, desktop	
Solution de display programmatique « Full Funnel » permettant de travailler séparément prospects vs visiteurs vs clients Spécialisation des bannières dynamiques avec DCO, HTML5, Méthodologie Transparence Glass Box: visibilité sur les copings, 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 Surfake est un leader européen sur le marché des trading desk mobiles. Couvrant expertise mobile, data propriétaire, tierce et des capacités de ciblage unique, Surfake permet de délivrer et d'optimiser des campagnes à la performance de manière la plus rentable et la plus efficace pour ses clients.	
En mettant son savoir-faire de marketing à la performance et son expertise en programmatique, Tradebolder répond aux problématiques de ses clients en adaptant les stratégies selon les objectifs fixés, les devices ciblés et les formats publicitaires (display, mobile, video, 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 et exclusivité (partenariat de reporting et partage des URIs de diffusion 4/ Outil de mesure et d'optimisation de la valeur marchande (MPLH) 5/ 1er acheteur indépendant programmatique en France (SRF, 2016)	
Basé à Paris, Madrid, Barcelone et Dubai, TradeSourcing compte parmi les références du Marketing Programmatique Son positionnement sur toute la chaîne du Programmatique: publishing, sélection de data, Media Trading et tracking multi-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 réagencement en ligne (Retargeting, On-Site & Email Remarketing) offre aux e-commerce une couverture totale du parcours en ligne pour optimiser l'acquisition et la conversion de clients sur leur site.	
Admix 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 (indirection & visibilité / trafic / conversion). Présent sur 12 pays, Admix répond à la fois à des problématiques Web et/où Mobile locales et/où internationales.	
Son DSP propriétaire français alimente via la data groupe FIGARO/CDM BENCHMARK pour plus de transparence sur la diffusion et les datas utilisées Connectable à n'importe quel DMP tiers, y compris, à votre avantage. TradeSd propose de vous accompagner pour créer votre trading desk et monétiser vos espaces et données.	