

ADCONION MEDIA GROUP TROUVE LES INFLUENCEURS, FANS PREMIUM DES MARQUES

AVEC FAN+ ET SOCIAL+, ADCONION MEDIA GROUP LANCE DEUX OFFRES « SOCIAL » EXCLUSIVES SUR FACEBOOK ET ADCONION AUDIENCE NETWORK, ET PROPOSE DESORMAIS AUX ANNONCEURS L'ACHAT D'ESPACE PUBLICITAIRE AU COST PER FAN.

Paris, le 24 août 2011 - Adconion Media Group (www.adconion.com), l'un des plus puissants réseaux indépendants d'audience et de contenus vidéo dans le monde, avec 34,2 millions de visiteurs uniques*, soit 82% des internautes français*, lance FAN+ et SOCIAL+, deux offres « Social » qui permettent aux marques de communiquer de manière optimale auprès de leurs consommateurs en associant à ses technologies de ciblage avancées la puissance de Facebook, 1^{er} réseau social du monde.

- Avec Fan+, les annonceurs peuvent désormais créer ou développer une communauté de fans premium sur Facebook et ce, en masse et en un temps record ;
- Avec Social+, ils capitalisent sur le bassin d'audience de Facebook pour mener à bien des campagnes de marketing direct au ciblage optimisé et générer du trafic qualifié sur leurs sites.
Social+ s'appuie sur le suivi et l'analyse du surf des internautes sur tous les sites du réseau Adconion Audience Network après qu'ils ont visité Facebook et le site de l'annonceur. Ces données de surf permettent un profiling comportemental personnalisé par campagne et un retour d'expérience exclusif pour l'optimisation des ciblage sur Facebook...et la génération de trafic de masse sur le site de l'annonceur.

Grâce à 3 années de tests sur l'algorithme de livraison des publicités de Facebook, l'identification des meilleures API sur le marché, et déjà plus de 6 années d'expertise sur les campagnes à la performance, Adconion Media Group ajoute aujourd'hui les offres « Social » à ses solutions marketing et permet aux marques de bénéficier des avantages suivants :

- Un réseau de plus de 500 sites Premium et des techniques de profiling d'audience qui permettent d'optimiser les ciblage des futures campagnes sur Facebook (des milliers de segments comportementaux disponibles) ;
- Un retargeting des fans et des internautes de Facebook sur l'ensemble du réseau d'Adconion Audience Network (82% de couverture) ;
- Un reporting quantitatif et qualitatif (enrichi des données comportementales) ;
- Un mode d'achat au *Cost Per Fan* (CPF) pour les campagnes **FAN +** et au *Cost Per Click* (CPC) pour **SOCIAL +**

« Face à la montée en puissance des réseaux sociaux, nos 2 offres publicitaires « Social » via Facebook, s'appuient sur nos technologies avancées de ciblage. Le chiffre d'affaires de cette activité lancée aux USA est passé de 200 000\$ à 1 million de \$ en trois mois. Nous pouvons maintenant fournir aux annonceurs des données très précises et travailler l'efficacité de leurs campagnes sur les réseaux sociaux», explique Stéphane Ambrosini, Directeur Général de Adconion Media Group France.

* Source : Juin 2011- Nielsen//NetRatings.

Adconion Media Group (www.adconion.com) est la 1^{ère} plateforme de distribution digitale*, (*DDP), s'appuyant sur le plus grand réseau indépendant d'audience et de contenus à travers le monde, avec 325 millions de visiteurs uniques (1/4 de la population Internet mondiale) dont 34,2 millions en France*, et implanté dans 8 pays sur 3 continents (Allemagne, France, Suisse, Espagne, Royaume-Uni, Etats-Unis, Canada, Australie).

Adconion Media Group offre aux annonceurs des solutions avancées pour communiquer auprès de leurs audiences dans plus de 150 pays sur les sites qu'elles consultent, au bon moment, avec le bon format et quel que soit leur terminal (ordinateur, mobile, tablette). Fort d'une expertise de plus de 6 ans sur les campagnes à la performance, Adconion Media Group propose désormais une palette de solutions qui couvre tout le « marketing funnel », du branding avec la vidéo (sur le réseau vidéo Joost), à la performance et au social pour les campagnes de marketing direct (sur le réseau Adconion Direct). Grâce à sa filiale Red Lever, le groupe dispose d'un studio créatif au service des campagnes des annonceurs, ainsi que des contenus et programmes audiovisuels exclusifs pour les campagnes de Brand Content.

* Source : Juin 2011- Nielsen//NetRatings.