



Weborama présente son New Deal et lance l'adserver

dédié aux éditeurs : 

Weborama lance aujourd'hui une offre innovante sur le marché de la publicité interactive: **le New Deal**. Weborama présente son **nouvel adserver, adperf™ Publisher**, et le met à la disposition des éditeurs de sites en échange d'une partie de leur inventaire, commercialisé par les équipes de Weborama. adperf™ Publisher n'engendre ainsi **aucun investissement pour les éditeurs**.

Il leur permet de **gérer en temps réel leur activité publicitaire** en plaçant les **revenus au cœur des priorités**.

Pour Alain Levy, Président de Weborama, « *c'est le modèle qui permet aux éditeurs d'entrer dans la nouvelle ère du display qui conjuguera l'image et les mots*. adperf™ Publisher permet de se plugger sur la **w.factory™** et **génère ainsi des revenus immédiats grâce à des campagnes ciblées**, commercialisées par les équipes de weborama. ».

adperf™ Publisher est spécifiquement adapté aux éditeurs, qui peuvent maintenant **manager tous les flux**, sur la base des revenus générés, et **qualifier de manière sociodémographique et comportementale l'audience de leur site**. Il permet également **une gestion en temps réel**, et un pilotage optimisé grâce à un **tableau de bord complet**. C'est un service évolutif, soutenu par les équipes Développement et Support de Weborama.

Pour Laurence Bonicalzi Bridier, Directrice associée de Weborama, « *les adservers classiques se contentent de gérer les campagnes en fonction de leurs échéances. Notre conviction avec adperf™ Publisher, c'est que l'adserver de demain doit être capable de beaucoup plus et sur un modèle différent : Weborama propose aux éditeurs un véritable "New deal"* ».

Ce lancement est simultané sur les marchés français, anglais et espagnol.

Weborama confirme son positionnement au cœur du développement publicitaire de l'internet, et annonce dorénavant et déjà pour la rentrée la sortie de la V2 de sa technologie de ciblage comportemental ainsi que des évolutions sur adperf™ Advertiser.

A propos de Weborama

Pionnier de l'Internet depuis 1998, Weborama a développé une offre exclusive pour les annonceurs, les agences et les éditeurs, fondée sur :

- Une plate-forme de marketing publicitaire organisée autour du ciblage comportemental

- Les « ad analytics », ensemble de technologies de pointe, propriétaires et brevetées, pour diffuser, analyser la performance et mesurer efficacement l'audience de l'ensemble des actions de communication en ligne.

Weborama a plus de 300 clients grands comptes, en France et en Europe. Elle a reçu le label « société innovante » par Oseo ANVAR, et figure aux palmarès français et européen du Deloitte Technology Fast. Weborama est cotée sur Alternext depuis juin 2006 .