



## COMMUNIQUE DE PRESSE

### **WebTrends s'impose comme un acteur majeur dans le domaine du vidéo tracking**

Paris, le 6 Février 2009

**WebTrends, spécialiste de l'analytique Web, mesure de manière extrêmement fine les flux vidéo. En effet, WebTrends utilise une méthode innovante pour suivre les tendances des visiteurs concernant la vidéo en ligne. Les solutions WebTrends ont été reconnues comme les plus riches, lors des Streaming Media Reader's Awards et ont convaincu de nombreux acteurs du monde des médias.**

#### ► **Le video tracking : un paramètre essentiel de la mesure**

L'animation de site en ligne passe par un contenu adapté et pertinent pour le visiteur. Désormais de nombreux sites notamment ceux des médias, fournisseurs de contenus ou portails d'information, utilisent des vidéos en ligne pour être plus attractifs.

*« WebTrends a été parmi les premiers à mesurer l'utilisation des flux vidéo et des technologies Web 2.0 (le Flash, l'Ajax, flux RSS...) dans les années 90, et nous avons continué à investir et innover pour fournir en profondeur des contenus centrés sur le visiteur qui augmentent l'engagement et construisent des relations profitables pour nos clients. »* a déclaré Alex Yoder PDG de WebTrends.

Grace au video tracking de WebTrends, les équipes marketing peuvent :

- Suivre le visiteur dans tous les grands formats de vidéos tels que Flash, FLEX ou Microsoft Silverlight.
- Connaître l'utilisation par le visiteur de Windows Media, Real Media, Apple Quicktime et fichiers vidéo intégrés
- Etablir des interactions entre la vidéo en ligne et les actions qui ont lieu après
- Suivre quotidiennement les tendances et statistiques pour toutes les vidéos, offrant ainsi une large compréhension de l'efficacité de leurs investissements en ligne.
- Identifier et optimiser quand et comment le public s'engage à partir d'une vidéo.
- Intégrer du contenu dans une vidéo avec d'autres données en ligne.
- Additionné à WebTrends Score, déterminer quels types d'interactions correspondent au cœur de l'audience ainsi que la valeur relative des visiteurs qui consultent les vidéos.

*« WebTrends permet aux équipes marketing de découvrir les comportements types et tendances des visiteurs relatifs à la vidéo en ligne, puis de générer en temps réel, une action sur la manière dont le contenu est utilisé. Les clients WebTrends du monde entier utilisent cette nouvelle capacité, et ainsi ils améliorent leur image de marque grâce à des campagnes de sensibilisation. Ils peuvent suivre le taux de conversion et comprendre l'engagement et la rentabilité du visiteur. »* indique Jacques Toledano directeur commercial de WebTrends.

## ► Un savoir faire reconnu

Des sociétés très importantes font confiance à WebTrends pour le vidéo tracking, et ce d'autant plus que de nombreuses vidéos sont mises en ligne sur leurs différents sites. On peut citer dans les médias, Switzerland TV, Bauer Publishing group, Kiss FM, FHM, New York Times, BBC, Reuters, des portails d'informations tels que Incisive Media et Brightcove IBS ou des fournisseurs de contenus comme T-Mobile, Sony Playstation, Microsoft. Les fonctionnalités des solutions WebTrends offrent un suivi optimal qui en font un outil indispensable pour répondre aux souhaits des internautes.

*" L'analyse vidéo de WebTrends est essentielle à la réussite de notre entreprise », a déclaré Todd Randak de WorldNow, qui aide plus de 350 médias locaux, à développer de nouvelles affaires sur Internet par le biais de la technologie en ligne" le suivi détaillé et l'analyse de WebTrends offrent à nos clients un niveau inégalé pour mieux comprendre les préférences des consommateurs en matière de vidéos en ligne."*

### **WebTrends Inc en bref**

WebTrends fournit des solutions d'analyses Web pour les directions marketing qui cherchent à améliorer leur site web et à mesurer le retour sur investissement de leurs campagnes en ligne. WebTrends Marketing Lab fournit des solutions d'analyse, des solutions pour l'optimisation des publicités en ligne et des solutions pour l'analyse fine des visiteurs afin de capter des clients et cibler les objectifs marketing. Des milliers d'entreprises dans le monde ont déjà retenu les solutions de WebTrends et ses services d'expertise conçus pour optimiser leurs initiatives marketing telles que General Mills, HSBC, Microsoft, Reuters et Ticketmaster...

Pour plus d'informations, visitez le site [www.webtrends.com](http://www.webtrends.com).

*WebTrends est une marque déposée de WebTrends Inc. aux États-Unis et dans d'autres pays. Toutes les autres marques appartiennent à leur propriétaire respectif.*

*Contacts presse :*

*Agence MP Conseil : Michelle Pilczer/Laurent Boukobza*

*Tél : 01 47 10 94 94 ; [mpilczer@mpconseil.com](mailto:mpilczer@mpconseil.com); [lboukobza@mpconseil.com](mailto:lboukobza@mpconseil.com)*