

La w.factory™ de weborama propose une version enrichie de sa technologie de ciblage comportemental

Un an après le lancement de sa technologie de ciblage comportemental en France, weborama présente aux annonceurs et aux agences la 2^{ème} version de celle-ci.

Basée sur l'analyse des contenus des sites et des requêtes des internautes, la technologie de ciblage comportemental de weborama permet de dresser le profil lexical de ceux-ci afin d'obtenir des profils comportementaux définis : les clusters.



weborama enrichit sa plateforme d'une base de clusters élargie, avec des clusters permanents plus nombreux et plus précis, ainsi que de nombreux clusters événementiels. A l'occasion de cette évolution, le corpus lexical global étudié par weborama s'élève désormais à 10 000 mots. Cette mise à jour optimise non seulement le ciblage comportemental, mais également l'ensemble des solutions proposées au sein de la w.factory™ : les autres ciblagés (sociodémographique, thématique, géographique ou horaire) et le Lab.

Le centre d'analyse et d'études de weborama gagne ainsi en finesse et en précision, pour une profondeur d'analyse accrue.

Cette évolution s'accompagne de la création de nouveaux formats publicitaires impactants, et personnalisables aux couleurs des annonceurs, de leurs produits ou des campagnes.

Avec ces évolutions, la w.factory™ permet de renforcer le lien entre les marques et le consommateur, à la fois dans le cadre de campagnes de branding ou de recherche de performance, et toujours dans le but d'adresser le bon message à la bonne personne, au bon moment.

À propos de weborama

Pionnier de l'Internet depuis 1998, weborama continue d'anticiper, d'inventer et d'accompagner les évolutions de la publicité interactive, pour le compte des annonceurs, de leurs agences et des éditeurs. Son offre s'articule autour de la w.factory™, place de marché de marketing comportemental :

- Une plate-forme organisée autour du display ciblé
- La suite adPerf™ (adPerf™ Publisher, adPerf™ Advertiser et adPerf™ Analytics) qui permet la mesure, la gestion et l'optimisation des performances sur Internet
- Le Lab, le centre d'intelligence et de recherche de weborama, qui « fait parler Internet » à des fins de ciblage, de recherche de tendances et d'analyse d'actions de communication, notamment au bénéfice des marques

weborama accompagne plus de 300 clients grands comptes, en France, en Espagne, au Portugal, aux Pays-Bas et en Grande Bretagne. Elle a reçu le label « société innovante » par Oseo ANVAR, et figure aux palmarès français et européen du Deloitte Technology Fast 50. weborama est cotée sur Alternext depuis juin 2006.