



Information presse

E-commerce & retargeting personnalisé

myThings présente : la bannière auto-adaptée

La bannière auto-adaptée vient enrichir le modèle CPA et les solutions de retargeting produits de myThings. Elle personnalise automatiquement et en temps réel son graphisme et son contenu à chaque impression, générant un message visuel optimisé pour un ROI maximal.

myThings annonce également deux nouveautés supplémentaires : la fonctionnalité de Social Shopping s'adresse directement à l'internaute et lui permet de partager et de recommander des produits accessibles en ligne ; MyBroadcaster permet aux annonceurs de diffuser une information promotionnelle de façon instantanée sans avoir à créer de nouvelle bannière

Paris, le 12 octobre 2010 --- myThings, acteur du retargeting personnalisé connaissant la croissance la plus rapide en Europe, annonce le lancement de la **bannière auto-adaptée** (« adaptive banner »), dont le graphisme et le contenu peuvent être personnalisés automatiquement et en temps réel à chaque impression, permettant de générer un nombre infini de formats de bannières. Basée sur l'analyse des données comportementales et contextuelles de navigation, ce nouvel outil génère un message visuel optimisé pour un ROI maximal, tout en améliorant l'expérience de navigation de l'internaute.

Au-delà des possibilités généralement offertes par les technologies de retargeting produit, la bannière auto-adaptée de myThings permet de personnaliser tous les éléments d'une bannière, comme notamment : l'emplacement du logo de l'annonceur, le contenu et la forme du message publicitaire proposé au consommateur, la présentation des produits et des services proposés, la taille et la couleur des bannières ou encore les modalités de « call-to-action » (incitation à l'action).

L'algorithme propriétaire de myThings permet en outre d'analyser de façon extrêmement précise les caractéristiques de navigation du consommateur pour déterminer les formats de bannières offrant le meilleur potentiel de performances.

« La bannière auto-adaptée s'inscrit dans la lignée des solutions proposées par myThings pour optimiser les stratégies commerciales de nos partenaires-annonceurs », déclare **Eric-Alexis Fortier**, directeur de myThings France. « Elle permet d'optimiser l'efficacité des campagnes publicitaires de nos partenaires, donc leur ROI, et complète ingénieusement notre modèle CPA et la panoplie de nos outils de retargeting personnalisé. Elle replace également le consommateur au centre de nos campagnes, avec une approche du retargeting produit plus interactive, moins intrusive et plus à l'écoute de celui-ci. »

myThings annonce également deux nouvelles fonctionnalités :

- La fonctionnalité de **Social Shopping** s'adresse au consommateur et lui permet de recommander des produits et offres spéciales qu'il souhaite partager, ou d'enregistrer ces informations pour une utilisation ultérieure;
- **MyBroadcaster** permet à l'annonceur de diffuser un message à ses clients, existants ou potentiels, sans avoir à créer de nouvelle bannière. L'e-marchand bénéficie ainsi d'une plate-forme de communication directe avec l'utilisateur final, lui offrant la possibilité de diffuser et de mettre à jour une information promotionnelle de façon instantanée.

La bannière auto-adaptée et les fonctionnalités Social Shopping et MyBroadcaster viennent enrichir les solutions de retargeting de myThings, qui se démarque par son modèle à la performance basé sur le principe du coût par action (CPA). Contrairement à la rotation générale du modèle CPM (coût pour mille), et plus encore que le modèle CPC (coût par clic), le modèle au CPA de myThings permet à l'annonceur de réaliser un accroissement de son taux de conversions à hauteur de 3 chiffres, et d'augmenter significativement le panier moyen, pour une rémunération uniquement basée sur les conversions effectives. Ce modèle n'implique en outre aucun frais de mise en place et l'ensemble du coût media est pris en charge par myThings.

Les solutions de retargeting personnalisé de myThings visent à améliorer l'impact et l'efficacité des campagnes publicitaires en ligne. Elles sont utilisées par des acteurs majeurs du e-commerce, notamment PriceMinister, Pixmania, MisterGooddeal, CDiscount, Republic, Etam et Adidas, et garantissent une optimisation de chaque impression, grâce à un contenu pertinent pour le visiteur. Elles permettent aux annonceurs et aux affiliés d'atteindre de nouveaux prospects ou de les suivre via des campagnes publicitaires dynamiques et adaptables, créées en temps réel pour chaque utilisateur.

À propos de myThings

Fondé en 2005 par des experts du monde des nouvelles technologies et de la vente, myThings est l'acteur du retargeting personnalisé connaissant la croissance la plus rapide en Europe. Générant plus d'un milliard de bannières par mois, myThings propose des solutions destinées à optimiser les campagnes publicitaires en ligne basées sur le principe du coût par action (CPA). Ses solutions permettent aux principaux acteurs du e-commerce de faire progresser leurs taux de conversion de 400 % à 800 %.

myThings est le prestataire de retargeting préféré, et souvent exclusif, des principaux réseaux d'affiliés, agences de publicité en ligne et plate-forme d'analyse et de e-commerce, à l'instar de Coremetrics, XiTi et Venda, qui intègrent la technologie de myThings en toute transparence à leurs fichiers de tags.

myThings est présent en France, au Royaume-Uni, en Italie, en Espagne et en Chine.

Pour plus d'information, merci de consulter www.mythings.com