

Paris, le 24 Septembre 2013



Communiqué de presse

Ebuzzing présente Self-Serve : la plateforme mondiale de diffusion vidéo au service de toutes les entreprises

Ebuzzing annonce aujourd’hui le lancement d’Ebuzzing Self-Serve, la première plateforme mondiale permettant aux annonceurs et aux agences de diffuser en ligne leurs vidéos publicitaires via un réseau international de 20 000 éditeurs couvrant plus d’un milliard d’internautes.

La plateforme offre la possibilité aux agences média ainsi qu’aux petites et moyennes entreprises de partager facilement leurs vidéos publicitaires avec des millions d’utilisateurs. La plateforme est compatible avec les vidéos Youtube, les fichiers MP4 et « VAST IAB standard ».

Ebuzzing Self-Serve permet aux annonceurs de sélectionner leur canal de diffusion parmi plusieurs modalités : les blogueurs, les sites media premium et les utilisateurs Facebook, à l’échelle locale ou mondiale, sur le web ou sur mobile. La plateforme donne aux annonceurs la possibilité de cibler leur audience en utilisant une large gamme de critères, dont la localisation géographique (pays, ville, code postal) ou la thématique à choisir parmi plus de 18 catégories telles que “fashion & lifestyle”, “hauts revenus”, “influenceurs” ou encore “marketeurs”.

Ebuzzing Self-Serve offre aux annonceurs et aux agences des méthodes de mesure transparentes et sécurisées pour un climat de confiance total. C’est également un outil intuitif et efficace qui fournit des analyses avancées grâce aux technologies de pointe développées par Ebuzzing et à son expertise unique dans le domaine de la récupération, l’extraction et l’analyse de données et d’informations ainsi que de la diffusion vidéo.

Paris, le 24 Septembre 2013



Enfin, la plateforme Self-Serve donne aux clients l'accès au player vidéo innovant d'Ebuzzing qui génère un taux d'engagement bien supérieur par rapport aux publicités classiques diffusées en pré-roll. En effet, ce modèle fonctionnant en click to play garantit aux annonceurs des utilisateurs pleinement engagés dans la mesure où ils cliquent pour regarder la vidéo de manière intentionnelle.

Pierre Chappaz, CEO du groupe Ebuzzing, explique : “Depuis 2007 nous travaillons avec les marques et les agences les plus performantes. Alors que la publicité vidéo était d'habitude réservée aux grandes marques, Ebuzzing Self-Serve la rend désormais accessible aux petites et moyennes entreprises. Avec Ebuzzing Self-Serve, nous pensons que toutes les entreprises, petites ou grandes, méritent la meilleure plateforme de vidéo publicitaire qui soit.”

À propos d'Ebuzzing

Spécialiste de la diffusion de publicités vidéo sur Internet, Ebuzzing crée des expériences vidéo engageantes à fort impact, en diffusant des publicités vidéo dans les médias sociaux et les sites médias premium.

À ce jour, Ebuzzing a distribué des milliers de campagnes pour les plus grandes marques comme Acer, Adidas, Evian, Heineken, LG, ou Samsung.

Crée par Pierre Chappaz et Bertrand Quesada en 2007, Ebuzzing emploie plus de 200 collaborateurs évoluant dans des bureaux situés à New York, à Londres, en France, en Italie, en Allemagne, en Espagne, au Luxembourg, au Maroc et à Dubai. Son département dédié à la R&D est composé de 50 personnes, preuve de l'engagement de l'entreprise en faveur de l'innovation.

Pour plus d'informations

Bérengère Weber (Directrice Communication France)

Email: berengere.weber@ebuzzing.com

www.ebuzzing.com/fr

www.ebuzzing.com/selfserve