



Aedgency renforce sa direction stratégique par la nomination de trois profils expérimentés

Les postes créés sont ceux de directeur d'exploitation, directeur de la division Price Comparison et directeur commercial Royaume-Uni

26 octobre 2009 – Dublin, Irlande – Aedgency, spécialiste européen du marketing à la performance, poursuit le développement de son activité et crée trois nouveaux postes stratégiques. Christophe Philip devient ainsi directeur d'exploitation, James Applin rejoint le poste de directeur commercial Royaume-Uni et Philippe Morin prend la tête de la division Price Comparison.

Christophe Philip aura pour mission de rationaliser les opérations à l'échelle du groupe Aedgency, notamment en standardisant les processus de toutes les équipes commerciales, et de communiquer et faire appliquer les meilleures pratiques. La consolidation des processus qu'il entreprendra devrait conférer davantage d'évolutivité au groupe Aedgency. De nationalité française, Christophe Philip a travaillé dans le technico-commercial et la vente en ligne. Il a passé sept ans dans des sociétés de conseil informatique pour ensuite choisir l'univers de la publicité numérique. Il a dirigé le pôle publicité d'AOL France et AOL Europe avant de rejoindre Google où il s'est chargé de mettre en place le pôle publicité EMEA de YouTube et Google Display.

« Comme Aedgency aborde beaucoup de marchés différents et que la société n'hésite pas à tester de tout nouveaux business models pour le secteur du marketing en ligne, je sais déjà que mon travail sera passionnant. J'ai hâte d'occuper ce poste important et d'adapter au mieux les processus de la société. » commente Christophe Philippe.

Aedgency développe également son activité au Royaume-Uni et recrute pour ce faire James Applin au poste de directeur commercial Royaume-Uni. Celui-ci aura la responsabilité de conclure de nouveaux partenariats avec des publicitaires, des agences et des éditeurs. A ce titre, il supervisera toute la gamme des produits d'Aedgency au Royaume-Uni. James Applin a occupé pendant cinq ans des postes à responsabilités dans la vente en ligne, notamment chez Adconian Media Group et TradeDoublor.

« Cette année, le Royaume-Uni est devenu le premier marché européen de vente en ligne, une place détenue par l'Allemagne jusqu'ici. 2009 est donc l'année idéale pour l'entrée d'Aedgency sur celui-ci », explique James Applin, directeur commercial Royaume-Uni. « Aedgency connaît une croissance exponentielle depuis sa création il y a quatre ans et a déjà beaucoup progressé depuis son lancement au Royaume-Uni en mars. Je suis donc ravi de rejoindre une société si prometteuse. »

Nommé au tout nouveau poste de directeur de Price Comparison, Philippe Morin y apporte plus de dix ans d'expérience de la vente au détail sur Internet. Précédemment, il dirigeait la division e-Commerce de Redcats, spécialiste de la mode et du mobilier au Royaume-Uni. Il sera chargé de mettre en œuvre l'activité Price Comparison à mesure qu'Aedgency se développe sur de nouveaux marchés européens.

Selon Philippe Morin : « Aedgency est une société en plein essor, dont le développement rapide est le résultat d'une stratégie ambitieuse. Price Comparison étant la figure de proue de la nouvelle stratégie orientée consommateur d'Aedgency, je suis très honoré qu'on me confie le développement de la technologie sous-jacente à l'offre consommateur d'Aedgency. »

Vincent Labey, le directeur général d'Aedgency, ajoute : « Ces nominations illustrent la volonté d'Aedgency de miser sur les bonnes personnes pour se développer. Et notre capacité à attirer de tels talents reflète la confiance que le marché nous témoigne malgré le jeune âge de notre société. »

À propos d'Aedgency

Aedgency, ayant pour siège social Dublin, est spécialisée dans le marketing à la performance et n'a qu'une mission : créer des circuits de communication privilégiés entre les marques online et les internautes.

Créée en 2004, Aedgency opère aujourd'hui sur six marchés européens. Sa mission : augmenter les taux de conversion de ses annonceurs et monétiser les sites de ses réseaux d'affiliés et d'éditeurs Web indépendants.

L'agence permet aux marques d'accéder à des millions de consommateurs en ligne dans toute l'Europe. Grâce à la segmentation contextuelle, ses propres outils d'analyse ciblent les utilisateurs finaux par l'intermédiaire des canaux de communication les plus susceptibles d'optimiser les résultats: [Aedgency Contextual](#), [Aedgency E-mail](#), [Aedgency Cashback](#) et [Aedgency Partners](#).

Pour tout savoir sur la gamme de produits et de services d'Aedgency, rendez-vous sur notre site Internet : www.aedgency.com