



Aedgency ne connaît pas la crise : retour sur les performances chiffrées des services d'affiliation de la société en 2009

12 février 2010 – Aedgency, spécialiste du marketing à la performance, confirme l'essor de ses services d'affiliation malgré le climat économique difficile en Europe.

Toutes les divisions sont en croissance et une centaine de personnes a rejoint la société en 2009, portant les effectifs à 188. Ces recrutements ont permis à Aedgency de réorganiser sa division Publicité, avec notamment des chargés de compte client qui prodiguent leurs conseils personnalisés aux partenaires, ainsi que des Traffic Managers dédiés, chargés de la mise en œuvre des stratégies retenues. Aedgency a également recruté des profils seniors pour plusieurs postes à responsabilités, dont des chefs de marché responsables des ventes dans chaque pays et un responsable des opérations chargé de rationaliser les processus à l'échelle de l'entreprise pour mieux satisfaire les besoins des annonceurs.

Ces investissements ont permis à Aedgency de surpasser ses objectifs en Europe. L'analyse des ventes montre une augmentation de 147 % du nombre de réseaux d'affiliés convaincus par les services Aedgency dans tous les pays où la société est implantée. Le marché français a pu constater une progression remarquable de 83 %.

En plus de son cœur de métier auprès des réseaux d'affiliés, Aedgency continue de nouer des relations avec des marques et enseignes et travaille en direct avec plus de 100 annonceurs, en plus des centaines d'autres au travers de ses plates-formes d'affiliation. En Europe, le pourcentage d'annonceurs ayant choisi de travailler directement avec Aedgency est en augmentation de 225 %.

Vincent Labey, fondateur d'Aedgency commente : « 2009 aura été une année difficile pour l'industrie de la publicité, même en ligne. Nous sommes en croissance constante depuis la création d'Aedgency il y a cinq ans. L'année dernière aura été marquée par notre plus forte croissance historique. Toutes passerelles marketing confondues, nous avons généré 1,06 conversion par seconde. Le succès d'Aedgency s'explique par notre grande capacité de ciblage optimisée par notre technologie propriétaire et notre vision comportementale du marketing. »

En 2009, Aedgency a développé plusieurs services d'aide au shopping en ligne, à l'image de son service de cashback Deenero, qui compte plus de 300 200 inscrits en France. En 2010, la société entend poursuivre dans cette voie, avec davantage de services en mode « pull » pour compléter son portefeuille déjà riche de services de marketing contextuel en mode « push ».



A propos d'Aedgency

Basée à Barcelone, Aedgency est un spécialiste paneuropéen du marketing à la performance qui exploite ses canaux de communication privilégiés pour relier les marques aux consommateurs online.

Fondée en 2004, Aedgency n'a cessé depuis de se développer, couvrant actuellement cinq 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.

Aedgency offre aux marques la possibilité d'accéder à des millions de consommateurs online dans toute l'Europe. Ses propres outils d'analyse utilisent la segmentation contextuelle et comportementale afin de cibler exactement l'utilisateur final à travers le ou les canaux de communication les plus pertinents et optimiser ainsi les résultats.

Pour en savoir plus sur les produits intégrés d'Aedgency, rendez-vous sur le site

<http://www.aedgency.com/fr>

Pour plus d'information, contactez notre service presse:

Agathe Boyé, AxiCom

T : + 33 1 56 02 68 27

E : agathe@axicom-france.com