

2019 Programmatic Advertising Ecosystem France

Data Providers & Technologies



Selling Technologies



Buying Technologies



Exchanges



Agency Trading Desks



Agencies



Sales Houses & Ad Networks



Created & Published by



Delivery systems, Tools, Analytics, Verification & Privacy



Content Providers

Advertisers

2019 Programmatic Advertising Ecosystem France

Agencies

Une agence de publicité ou une agence media est une entreprise de services dédiée à la création, la planification et la manipulation publicitaire (et parfois d'autres formes de promotion) pour ses clients. Une agence de publicité est indépendante du client et fournit un point de vue extérieur à l'effort de vendre des produits ou services au client. Une agence peut également gérer le marketing global, et les stratégies de marque et de promotion des ventes pour ses clients. (Source: Wikipedia)

Agency Trading Desks

Branches spécialisées des grandes agences d'achat media qui utilisent soit une technologie propriétaire soit une plateforme de la demande (DSP) pour acheter et optimiser médias et audiences, souvent en temps réel, sur les ad exchanges, les ad networks, les sell side plateformes (SSP) et d'autres sources d'inventaire disponibles avec lesquelles ils sont connectés.

Buying Technologies

Une plate-forme technologique spécialisée dans l'automatisation de l'achat media pour les agences, les trading desks et les annonceurs. Ces plateformes sont reliées à de nombreuses sources d'inventaire tels que les ad exchanges, les régies publicitaires et les sell side platforms (SSP). Ils offrent des avantages tels que l'automatisation des processus, les reporting intégrés, l'optimisation créative et des achats et, la gestion des données et la soumission des capacités en temps réel (RTB).

Data Providers & Technologies

Les fournisseurs de données recueillent, compilent et vendent des données (anonymes) sur les internautes. Les data management plateformes gèrent, protègent et recueillent les données provenant de sources différentes et les transforment en informations qui peuvent être utilisées par les acheteurs et les vendeurs.

Delivery Systems, Tools, Analytics, Verification & Privacy

Les systèmes de livraison, d'outils et d'analyses sont les technologies qui offrent des fonctionnalités spécifiques au marché publicitaire. Ces technologies permettent de garantir que les différents types de publicité soient servis, mesurés et validés. Elles fournissent des fonctionnalités de sécurité et de confidentialité pour les annonceurs et les éditeurs, proposent des méthodes de ciblage uniques pour les campagnes publicitaires, et permettent une gestion simplifiée du tag ou de la facturation.

Exchanges

Plateforme et place de marché reliant et facilitant la connexion entre l'offre et la demande. Ils automatisent l'achat et la vente de médias online en temps réel et sont souvent renforcées par l'achat ou la vente de caractéristiques spécifiques secondaires.

Sales Houses & Ad Networks

Un service externalisé à destination des annonceurs et des agences pour les éditeurs afin de vendre leurs espaces publicitaires. Les régies fonctionnent souvent en exclusivité au nom d'éditeurs, vendant des formats publicitaires standards ainsi que de la publicité personnalisée aux annonceurs et aux agences. Les réseaux publicitaires peuvent avoir une approche générale ou se spécialiser dans un domaine spécifique tel que le retargeting, le ciblage d'audience, le mobile, la vidéo ou le marketing d'affiliation.

Selling Technologies

Plateforme technologique qui vise à permettre aux éditeurs d'automatiser la vente d'achat d'espace online en temps réel et d'augmenter leurs revenus publicitaires. Ainsi elles offrent un moyen efficace, automatisé et sécurisé d'exploiter les différentes sources de Demand disponibles et donnent un aperçu des différentes sources de revenus et d'audiences.