



Communiqué de presse

Paris, le 28 juin 2016

#LiveRamp / #Weborama / #Data / #CRM / #Onboarding / #DMP / #Desidentification

LiveRamp et Weborama optimisent ensemble l'exploitation de la donnée CRM et affinent la connaissance client

LiveRamp™, leader mondial de l'onboarding CRM, et **Weborama**, data company éditant depuis la France l'une des DMP les plus utilisées en Europe, annoncent aujourd'hui le démarrage d'un partenariat stratégique.

Fondée sur l'intégration de leurs plateformes respectives, cette nouvelle collaboration donne corps à la complémentarité de leurs expertises en matière de data : les annonceurs bénéficient d'une solution articulante le puissant service d'onboarding de données CRM LiveRamp à WAM, la data management platform (DMP) de Weborama.

Les marques peuvent ainsi disposer d'une vision globale du consommateur et mettre en œuvre des stratégies marketing « people-based » efficaces, et dans le plus strict respect de la vie privée, en décloisonnant leurs éventuels silos de données pour activer leurs données CRM et transactionnelles au sein de l'ensemble de leur patrimoine data.

Weborama - organisme de recherche agréé par le Ministère de la Recherche, récompensée des labels Innovation et Excellence de BPI France – a développé la plus importante base de données 3rd party en Europe - 500 millions de profils qualifiés – et plusieurs technologies innovantes de data-marketing exploitées dans une vingtaine de pays au centre desquelles sa DMP. De son côté, en quelques années seulement, LiveRamp™ s'est imposée comme la référence du onboarding CRM grâce à sa capacité à désidentifier les données CRM offline pour les intégrer à la stratégie data digitale des marques, dans une démarche conforme à la législation en vigueur sur les données personnelles.

Les campagnes marketing doivent aujourd'hui être pensées en tenant compte de la fragmentation des audiences à travers différents écrans mais aussi des multiples facettes que revêt le comportement des consommateurs, qui ne se résume pas à son activité online. Le partenariat instauré avec LiveRamp™ permet aux entreprises utilisant les solutions de Weborama de renforcer leur connaissance-client et leurs performances sur la partie CRM de leurs données.

« L'approche résolument "client centric" dans les nouvelles stratégies digitales apporte un retour sur investissement inédit et plus de pertinence tant pour le consommateur que pour la marque. C'est pourquoi nous sommes ravis de pouvoir nous associer à LiveRamp™ et améliorer encore nos offres en proposant aux directions marketing une solution éprouvée répondant à leur vision multi-canaux », déclare Alain Levy, PDG de Weborama.

« Cette étroite collaboration avec Weborama renforce la position de LiveRamp™ comme acteur référent du data onboarding en France et nous en sommes fiers. Etablie pour respecter les règles de confidentialité en vigueur en France, elle offre aux annonceurs la possibilité de mener des actions marketing one-to-one omnicanales sans précédent et d'obtenir une vision claire et précise de leur efficacité », précise Vihan Sharma, Directeur de LiveRamp France.

A propos de LiveRamp

LiveRamp se connecte à plus de 300 plates-formes marketing digital et fournisseurs de données. Nous aidons les marketers à casser les silos de données et à débloquer une plus grande valeur des outils qu'ils utilisent tous les jours. Via l'onboarding, nous unifions les données clients dans l'ensemble des différents systèmes, afin de permettre aux marques d'avoir une vision globale du consommateur et d'optimiser les campagnes dans l'écosystème digital. LiveRamp est une société d'Acxiom respectant l'ensemble de la réglementation européenne en vigueur en matière de protection des données. Pour plus d'informations, visitez www.LiveRamp.fr

A propos d'Acxiom

Expert de la donnée client, de l'analytique et des services marketing depuis plus de 40 ans, Acxiom propose aux annonceurs de tirer le meilleur parti des données clients pour renforcer l'engagement et les relations qu'ils développent avec leurs publics, et ce sur l'ensemble des canaux. À travers sa connaissance des consommateurs, et son savoir-faire avancé dans la segmentation, Acxiom aide les annonceurs à optimiser l'efficacité de leurs campagnes en identifiant le canal de communication et le média le plus pertinent.

Spécialiste du Big Data, Acxiom héberge, analyse et exploite les données de manière anonyme et sécurisée, et ce en mode SaaS. Gérant et personnalisant plus de 1 trillion d'interactions chaque semaine, Acxiom améliore ainsi l'expérience consommateur et accroît le retour sur investissement de ses 7 000 clients dans le monde.

Acxiom fait partie d'Acxiom® Corporation (NASDAQ : ACXM), créé en 1969 à Little Rock dans l'Arkansas (USA). Acxiom® Corporation accompagne des clients dans le monde entier via ses filiales aux Etats-Unis, en Europe et en Asie Pacifique. Aujourd'hui, la société emploie plus de 7 000 collaborateurs et réalise un chiffre d'affaires de 1.2 milliard de dollars dans le monde.

Pour en savoir plus : www.acxiom.fr

À propos de Weborama

Data company de nationalité Française, opérant dans une trentaine de pays à travers huit bureaux - Paris, Londres, Moscou, Mexico, Amsterdam, Madrid, Milan, Lisbonne - et forte de 220 collaboratrices et collaborateurs, Weborama développe une expertise de la data depuis près de 20 ans et met au service de ses clients :

- 1) La première base de données third party en Europe avec 500 millions de profils qualifiés selon une granularité exceptionnelle, qui permet la mise en œuvre immédiate de stratégies data-driven,
- 2) une plateforme de technologies exclusives : WAM (DMP, data management platform), WCM (adserving) et WAI (analytics), WAX (audience exchange), BigFish (data science integrated software),
- 3) une démarche d'empowerment, c'est-à-dire d'accompagnement et de formation en vue de conférer aux entreprises les savoir-faire et outils nécessaires à la maîtrise de leur stratégies data,
- 4) une expérience et une exigence fortes en matière de gouvernance éthique des projets data-driven.

Weborama accompagne ainsi les stratégies marketing générales (data-driven strategy) et notamment de communication digitale (data advertising), des entreprises qui se transforment en souhaitant placer la data au cœur de leur activité, quel que soit le secteur économique concerné.

Cotée sur Alternext et bénéficiant de la meilleure notation Banque de France E3++, Weborama est membre du Club Excellence de BPI France dont elle a également reçu le label Entreprise Innovante. Weborama est également Organisme de Recherche et de Formation agréé par le Ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

Pour en Savoir plus : www.weborama.com

Contact Presse :

Acxiom

Agence Hopscotch

Nicolas Crépin – 01 58 65 10 10 – ncrepin@hopscotch.fr

Léa Ubaldi - 01 58 65 10 14 - lubaldi@hopscotch.fr

Weborama

Frédéric Olivennes – 01 53 19 20 92 - folivennes@weborama.com