

Prisma Media Solutions s'appuie sur les solutions technologiques de Google et de MOAT pour le programmatique et l'AdVerification

Prisma Media Solutions déploie sa place de marché programmatique avec le **SSP Google AdExchange** en mars 2016.

Ce choix s'appuie sur la volonté de la régie de sélectionner le meilleur des acteurs technologiques afin de répondre efficacement aux problématiques **yield, data et ciblage multi-devices** des campagnes.

Avec un écosystème en perpétuelle évolution, Google permettra à Prisma Media Solutions d'être à la pointe de la technologie programmatique en apportant son expertise du parcours clients pour encore plus de précision de ciblage.

Cette private marketplace s'appuie également sur une data exclusive Prisma Media, récoltée via un parcours lecteur cross-devices.

De même, Prisma Media Solutions a sélectionné MOAT et Databerries pour leurs performances technologiques et leur professionnalisme dans leurs domaines d'expertise respectifs.

Une qualité premium d'adverification et mesure d'engagement sans précédent avec MOAT

MOAT, spécialiste des solutions d'adverification en temps réel (accrédité MRC aux US) permettra à Prisma Media Solutions de garantir la qualité de ses inventaires publicitaires display et vidéo pour rassurer les clients et leur offrir une visibilité optimale sur les sites de la régie.

Un ciblage fin, prédictif et géolocalisé avec la Start Up DataBerries

DataBerries a été choisi comme partenaire mobile référent sur les questions de géolocalisation, de data mobile et de marketing prédictif. Avec comme objectif de renforcer l'expérience user et la communication sur ce device, avec des formats plus intégrés et des messages plus pertinents pour renforcer la promesse du « bon message à la bonne personne au bon moment ».



"Nous sommes ravis de pouvoir proposer à nos partenaires une offre programmatique nouvelle génération grâce à nos équipes expertes et nos choix technologiques. Toucher la bonne personne, au bon moment, au bon endroit... L'équation idéale de la communication devient une réalité."

Philipp Schmidt, Directeur exécutif Prisma Media Solutions

Pour toute information concernant le programmatique et nos solutions business digitales, vous pouvez contacter [Karine Rielland-Mardirossian](#) et son équipe.

Philipp Schmidt, Directeur Exécutif Prisma Media Solutions – pschmidt@prismamedia.com

Karine Rielland-mardirossian, Directrice Commerciale Digital - 01 73 05 49 65 – kriellan@prismamedia.com

A propos de Prisma Media Solutions

Prisma Media Solutions, c'est 20 marques leaders présentes sur plus de 100 supports (presse, web, mobile, event), une régie puissante puisque plus de 2 français sur 3 consultent chaque mois l'un de ses support. Experte dans la connaissance du consommateur, innovante dans son positionnement comme dans ses réponses client, Prisma Media Solutions est le business partner idéal dans un monde médiatique en pleine mutation.

Programmatique, Data, Sur-mesure, nouveaux formats, études, Ad vérification, contenus, Prisma Media Solutions développe toutes ses expertises « à la hauteur de vos ambitions ».

Retrouvez-nous sur : www.prismamediasolutions.com - [Facebook](#) - [Twitter](#) - [LinkedIn](#) - [Slideshare](#)

A propos de DoubleClick AdExchange

DoubleClick AdExchange est la place de marché programmatique (SSP) intégrée à la suite "Full Stack" de produits DoubleClick par Google pour éditeurs.

Cette solution permet aux éditeurs de monétiser au meilleur prix leurs inventaires display, mobile, native et vidéo impression par impression via des enchères en temps réel. La demande présente sur DoubleClick AdExchange agrège à la fois l'ensemble de la demande RTB présente sur le marché (DSP, Trading desk, Réseaux) et la demande exclusive Adwords. DoubleClick AdExchange offre aux éditeurs plusieurs types de transactions programmatiques (campagne garantie, transaction préférentiel/deal id, enchère privée, enchère ouverte) leur permettant de commercialiser leur inventaire sous forme de transactions programmatiques premium (place de marché privée) ou en RTB.

A propos de Moat

Moat is a global SaaS analytics company focused on building products for brand advertisers and premium publishers. Their offerings include Moat Analytics, an attention measurement platform that provides analytics and insights on ad campaigns and website inventory for publishers and advertisers, and Moat Pro, a real-time ad intelligence platform for marketers, publishers, and agencies. Moat is the first company to be accredited by the Media Rating Council (MRC) for its measurement of viewable ad impressions in both online display and video. The company was founded by Jonah Goodhart, Noah Goodhart and Michael Walrath. The serial entrepreneurs had previously partnered together to launch Right Media, which was acquired by Yahoo! in 2007. For more information on Moat, please visit <http://www.moat.com>.

A propos de DataBerries

Jeune start up française fondée en 2014 par Benoit Grouchko (ex critéo) et François Wyss (ancien de Google) – Spécialiste du ciblage marketing sur mobile et qui vient de faire sa 1ere levée de fond auprès de ISAI et MOSAIC pour développer son offre.