

Paris, le 2 mai 2017

Ooreka.fr choisit la DMP de Weborama pour valoriser la richesse de sa data auprès des annonceurs

Ooreka.fr capte chaque mois, avec précision, les besoins ponctuels et les grandes étapes de vie de **10 millions d'internautes¹ sur 6 univers** (Maison, Santé, Famille, Automobile, Finances, B2B) et **450 thématiques**.

L'utilisation de cette data first party ultra qualifiée, recueillie auprès d'internautes venant d'exprimer un besoin précis sur leurs moteurs de recherche, permet aux annonceurs d'opérer l'influence en servant la première impression.

3 possibilités d'actions avec la data Ooreka.fr

Extension d'audience

Prendre la parole sur des segments d'audience ultra affinitaires sur Ooreka.fr puis **étendre la couverture et la répétition du message** sur des places de marché premium et privées (*formats IAB display et vidéo sur devices mobiles et desktop*)

Partage et qualification d'audience (accords 2nd Party²)

Permettre aux annonceurs de croiser leurs datas avec celles d'Ooreka.fr (déménagement, achat électroménager, entretien automobile, ...) afin **d'optimiser leurs campagnes médias et/ou de mieux qualifier leurs segments d'audience**.

² Dispositif soumis à un montant d'achat média minimum sur Ooreka.fr et/ou à un CPM fixe pour la mise à disposition des cookies.

Création de jumeaux statistiques

Utiliser la finesse de segmentation d'Ooreka.fr couplée aux deux grands atouts de Weborama (la performance de son algorithme – C-Clones – et la richesse de sa base de données 3rd party) pour définir les segments jumeaux statistiques les plus pertinents et **élargir une cible de prospection**.

Pourquoi ce partenariat ?

Jean-Michel Lopes, Directeur de la Régie Ooreka, déclare : « La data Ooreka est d'une grande richesse. Les internautes viennent chez nous pour trouver une réponse d'expert aux questions qu'ils se posent et la campagne proposée par l'annonceur fait partie des solutions. **Nous obtenons de très bonnes performances** (notamment la qualité des visites générées sur le site de l'annonceur) **mais nous travaillons sur des segments de niche**. Le fait de nous équiper de la DMP Weborama nous permet de corriger l'étroitesse de nos niches en apportant beaucoup **plus de puissance à nos campagnes et nos audiences**. Cela nous permet également de **mettre en place des partenariats Second Party**, ce qui correspond à une réelle demande marché. »

Frédéric Olivennes, Directeur général de Weborama France, déclare : « Weborama est fier d'accompagner le développement des revenus d'Ooreka, dont la donnée est nativement exceptionnelle et que nos solutions valorisent. **Nous avons mobilisé nos atouts différenciants** – notre accompagnement de proximité, nos technologies et notre base de données – **pour déployer la DMP en un temps record**. Ooreka vient désormais agrandir la famille des entreprises faisant confiance à Weborama et désireuses de construire des écosystèmes 2nd party. »

À propos d'Ooreka

Sur Internet, comme dans la vraie vie, mieux vaut demander à quelqu'un qui s'y connaît. Ooreka facilite le quotidien des internautes en apportant des réponses fiables à leurs questions à travers 2 services : l'accès à une base de connaissance rédigée par des experts et la possibilité de poser des questions gratuitement à une communauté d'experts. Le site enregistre 10 millions de visiteurs uniques par mois (Médiamétrie//NetRatings, Janvier 2017, Audience Globale 3 écrans dé-dupliqués : Ordinateur, Mobile et Tablette). Le site a été lancé en 2007 par Christophe Poupinel, entrepreneur du web français. Ooreka est une marque de la société FineMedia, une filiale à 100% de SoLocal Group depuis 2011.

<http://www.ooreka.fr>



Contact presse

presse@ooreka.fr