

TradeDoublor lance une solution de pub contextuelle

Le suédois TradeDoublor entend tirer son épingle du jeu de la pub en ligne avec sa nouvelle solution AdMatch, qualifiée de « révolutionnaire ». De quoi faire trembler Google ? Le produit joue avant tout sur deux tableaux : celui de l'affiliation et de la contextualisation, nous explique Germain Bos, directeur général France du spécialiste du marketing en ligne.

La solution a surtout été pensée pour faciliter le travail des éditeurs de contenus grâce à une grosse dose d'automatisation. Concrètement, AdMatch scanne le contenu des pages Internet (mots clés) pour y placer des publicités adaptées à leur contenu éditorial.

« Tout se fait de manière automatique, il n'y a pas de travail manuel d'optimisation. L'outil va chercher l'annonceur, le produit ou l'offre la plus en adéquation avec le contenu éditorial d'une page. Et il met à jour ces espaces publicitaires lorsque le contenu est modifié. Avec cette solution, on monétise vraiment l'audience du site », ajoute Germain Bos.

Reste que AdMatch est pensé pour des outils de publicités classiques (bannières, liens textes) qui montrent pourtant leurs limites.. *« Nous sommes dépendants des espaces standards présents sur les sites, on est obligé de s'adapter »,* explique le dg.

Pour autant, l'outil se démarque en proposant l'intégration de mini-boutiques évoluées. Si tel blog ou site parle de baladeurs mp3, au lieu d'intégrer un bête lien vers un cyber-marchand, la solution permet d'afficher une photo d'un produit, un descriptif en relation direct avec le contenu *« en posant juste un script une fois pour toutes »,* souligne le directeur général. Et comme pour la pub, le contenu de cette boutique évolue automatiquement en fonction du changement de contenu éditorial sur la page.

Enfin, selon Germain Bos, la solution permet *« une véritable mesure de l'audience et de la performance en toute transparence, contrairement à certains moteurs de recherche ».*

AdMatch est une technologie propriétaire issue du rachat en 2006 d'Advertigo. Mais il aura fallu deux ans de développement interne pour parvenir à ce résultat. TradeDoublor, qui vise avec cette solution l'affiliation utilisée aussi bien les petits sites à audience très qualifiée que les géants du contenu, entend battre ses performances de 2007, soit un chiffre d'affaires en progression de 53%...