

# ValueClick lance Performance, pour générer des 'leads'

Une campagne de publicité se prépare dans le temps et une campagne d'affiliation est trop souvent dispersée. Or, les entreprises attendent du média Internet une réactivité et des résultats rapides et mesurables.

ValueClick France, acteur de la publicité en ligne, a adapté son offre pour tirer parti de ses outils de suivi et de qualification des campagnes: il propose une offre pro-active qui repose sur la performance. **Performance**, c'est, du reste, le nom de l'offre: elle reprend le modèle des plateformes d'affiliation. Mais au lieu de proposer le service à la communauté des sites Web adhérents, le réseau a été sélectionné et qualifié en amont. Et en accord avec ValueClick, il se tient prêt à réagir aux attentes des clients de l'agence. Cette dernière a donc, à l'aide de ses outils de mesure sélectionné un réseau de membres affiliés, dont des *brokers* d'e-mails, retenus pour la qualité et le volume de leur fréquentation, et leur capacité à réagir rapidement aux sollicitations des annonceurs. A la différence des campagnes classiques, les sites supports des campagnes sont intéressés aux résultats, ce qui crée une motivation supplémentaire pour générer des volumes importants dans des délais courts et maîtrisés. Au final, Performance permet de générer des leads, c'est à dire de constituer une base de données qualifiée et de développer une démarche de fidélisation à la fois d'un réseau d'affichage virtuel, et surtout de prospects et clients. Particularité de l'offre Performance, c'est une quasi exclusivité de la filiale française de ValueClick, qui fait la fierté de sa directrice générale, Sonia Mamin. Cette offre se révèle particulièrement efficace pour la diffusion des bons de réduction, des offres de cadeaux, ainsi que des jeux et concours.