



RENAULT FRANCE CHOISIT WEBORAMA POUR ETENDRE LA PORTEE DE SA DATA MANAGEMENT PLATFORM

Communiqué de presse - Paris le 13 février 2018

Weborama (FR0010337444 - ALWEB - PEA PME), data company leader dans l'optimisation du marketing par la data science, annonce avoir été sélectionnée par Renault France pour être son partenaire dans la mise en place de son dispositif DMP (Data Management Platform) sur le marché français.

Renault France, accompagné de l'agence conseil fifty-five, a choisi Weborama pour l'accompagner dans la mise en place d'un dispositif data-driven d'intelligence et de performance CRM, PRM et média.

Grace à la technologie DMP Weborama Audience Manager et l'expertise en data science de Weborama, ce nouveau dispositif a pour but de permettre à Renault France d'améliorer sa connaissance des consommateurs, de construire des segmentations plus granulaires, d'optimiser l'expérience multicanale et de maximiser la rentabilité des dépenses marketing.

Avec une DMP hautement technologique, globale et flexible et une approche scientifique et exhaustive de la donnée, Weborama accompagne un grand nombre de projets innovants auprès d'entreprises de premier plan. Couplée à une base de 180 millions de profils en France, Weborama Audience Manager s'est ainsi imposée comme une DMP leader sur son marché, avec près de 100 projets déployés en Europe.

« Renault France a débuté sa stratégie data driven en 2015, dans le cadre de l'optimisation de son achat Media. Après avoir mis en place une DMP Media avec Weborama, et procédé à de grands chantiers sur nos bases de données et sur notre programme CRM, nous avons souhaité aller plus loin afin d'avoir une approche Data 360. Cette nouvelle étape nous permettra d'optimiser nos ciblage et d'accroître l'efficacité des investissements média et CRM. L'agilité de Weborama Audience Manager et l'accompagnement sur mesure d'une équipe d'experts nous a conforté dans le souhait de poursuivre notre collaboration avec Weborama » Xavier Martinet, Directeur Marketing France de Renault.

« Nous sommes heureux et fiers que Renault France ait choisi de nous réitérer sa confiance pour la mise en œuvre de son nouveau projet CRM et Média. Weborama a une approche à la fois fine et puissante pour accompagner au plus près les équipes Marketing de Renault France et répondre à leur leurs nouvelles ambitions, allant toujours plus loin dans la connaissance client par la data. Nous sommes dans une nouvelle ère portée par une approche scientifique du consommateur, au cœur de l'ADN de Weborama depuis sa création, qui renforce notre capacité à accompagner de nouveaux projets innovants et d'intégrer cette démarche au sein de grands groupes français comme Renault.» conclut Frederic Olivennes, Directeur Général de Weborama France.



Weborama est un leader mondial de la Data Science au service de la connaissance client et des technologies de management de la data. Nous accompagnons les entreprises dans leur stratégie marketing, tant en termes d'innovation que d'optimisation (data strategy), et dans leur recherche d'une pertinence et d'une efficacité accrues de leur communication digitale (data advertising). Weborama apporte les outils et méthodologies pour organiser, valoriser et développer leur patrimoine data et mettre en œuvre les scénarios les plus opérationnels, innovants et divers.

L'offre de Weborama est constituée de plusieurs technologies propriétaires - notamment une DMP (data management platform) - alimentées par la base de données comportementales indépendante (BigSea), l'une des plus élaborées au plan mondial (900 millions de profils dont plus de 100 millions en France). Nos solutions sont fondées sur une Data Science exclusive alliant notamment Traitement Automatique du Langage et Machine Learning pour rassembler et organiser l'ensemble des données lexicales dans l'environnement Big Data. La qualification des contenus ainsi obtenue devient une source d'insights inédits, et l'exploitation des profils d'utilisateurs qui en découle, un puissant levier de performance pour nos clients.

Nous plaçons au cœur de notre pratique l'appropriation par nos clients des vecteurs de performance que procurent nos technologies et algorithmes. Nous les guidons dans la sécurisation de leurs données et dans la gestion la plus rigoureuse du respect de la vie privée.

Cotée à Paris sur Euronext GrowthTM, Weborama développe son expertise dans une trentaine de pays - à l'aide d'une équipe de 235 personnes. Weborama est organisme de recherche agréé en France et membre du Club Excellence de BPI France dont elle a reçu le label « Entreprise Innovante ». www.weborama.com