



## OUI.sncf choisit Weborama comme partenaire pour sa plateforme de gestion des données (DMP).

Le 1<sup>er</sup> acteur de l'e-commerce français choisit la solution intégrée de Weborama pour améliorer la performance de ses canaux marketing tout en optimisant ses investissements et sa connaissance client...

---

Communiqué de presse – Paris, le 27 mai 2019

**Weborama** (FR0010337444 – ALWEB – PEA PME), acteur international de l'Intelligence Artificielle Sémantique au service de la connaissance client, de la segmentation, de l'activation et de la mesure marketing est le nouveau partenaire de **OUI.sncf**, leader de l'e-commerce français, pour sa plateforme de gestion des données.

Toute la chaîne d'interactions digitales de OUI.sncf nécessite d'avoir des technologies de gestion des données particulièrement éprouvées et robustes. La collecte des données CRM et mobiles, la création de segments par score d'appétence ou encore l'extension d'audience via look alike sont quelques exemples d'usages en cours de déploiement.

Weborama coopère sur ces sujets avec de très grandes sociétés françaises et internationales et dispose d'une expérience, d'asset technologiques et humains uniques. Cette capacité de porter à l'échelle un projet data ambitieux a su convaincre OUI.sncf d'intégrer Weborama dans sa plateforme technologique.

*« L'accélération de nos développements pour personnaliser notre expérience client passe par la data et nous sommes très heureux de démarrer cette nouvelle collaboration avec Weborama, acteur de référence sur le plan technologique et au cœur de la FrenchTech. Nous sommes une entreprise de data et Weborama a su répondre à nos attentes tant sur le plan technologique que sur l'accompagnement des équipes »*, commente Béatrice Tourvieuille, directrice marketing et des marques de OUI.sncf.

*« C'est une très grande fierté pour le groupe Weborama d'avoir été choisi et d'accompagner l'une des plus belles références de l'e-commerce sur le plan international. La confiance que nous accorde OUI.sncf consolide la position de Weborama comme acteur international de nationalité française choisi par les entreprises engagées dans l'avènement d'un marketing client-centric. »* conclut Frédéric Olivennes, Directeur Général de Weborama France.

Weborama est acteur international de l'Intelligence Artificielle Sémantique qui accompagne les entreprises dans la transformation digitale de leur marketing grâce à ses technologies et à son savoir-faire en connaissance scientifique du consommateur. Dans un monde du marketing globalisé où la relation entre les marques et leurs audiences est de plus en plus individualisée, Weborama apporte aux marketers data-driven une solution data propriétaire personnalisée, efficace, peu intrusive et compétitive, le tout à l'échelle mondiale.

L'offre de Weborama est constituée de plusieurs technologies propriétaires - notamment une DMP (data management platform) – alimentées par une des bases de données comportementales les plus élaborées au monde (BigSea : 1,3 milliard de profils anonymisés, 220 critères de qualification). En forte expansion, cette base de

données repose sur une Data Science exclusive alliant Traitement Automatique du Langage et Machine Learning.

Coté à Paris sur Euronext GrowthTM, Weborama développe son expertise dans une trentaine de pays – à l'aide d'une équipe de 250 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 » et est éligible PEA-PME.  
[www.weborama.com](http://www.weborama.com)

**Contact Presse :**

AGENCE CALYPTUS - Sophie Levesque / Mathieu Calleux - 01.53.65.68.68 – [weborama@calyptus.net](mailto:weborama@calyptus.net)