

Une visite AdTech réussie



Denise Tripalo-Cavero
Senior Ad Operations
Manager
mediatonic

C'est dans une ambiance de course d'école qu'une grande partie de la team digitale de mediatonic s'est rendue à Vilnius les 28 et 29 septembre pour visiter le stack AdTech principal de l'agence AdForm.

Matthieu Robert, Co-Owner & Head of Digital de mediatonic, accompagné de deux média planners digitaux, de trois spécialistes RTB (Real-time Bidding) et de trois spécialistes AdOps, a voyagé direction la Lituanie pour un programme de formation et de perfectionnement condensé sur deux jours.

Le quartier général d'AdForm situé dans la capitale lituanienne emploie environ 300 personnes

monde sans 3rd party cookies, où AdForm se profile en tant que précurseur de plateforme et acteur orienté sur les 1st party datas.

Lors de cette première journée, nous avons parcouru les thèmes du DCO (Dynamic Content Optimisation) et du DMP (Data Management Platform) avec des spécialistes de chaque sujet puis l'équipe a été divisée en deux groupes de travail à notre demande: l'équipe RTB a vu en détail et en applications le DCO et DMP et l'équipe AdOps s'est vue encadrée par des spécialistes AdForm sur des thèmes de site-tracking et de reporting. La journée s'est terminée par un temps libre dédié à notre daily business respectif, puis d'une agréable soirée organisée par nos hôtes avec la visite de Vilnius par un guide touristique avant un convivial dîner.

La seconde journée nous a permis de découvrir les trucs et astuces dans l'utilisation de la nouvelle plateforme FLOW

d'AdForm, une présentation créative sur les possibilités d'AdForm puis un overview des nouveaux produits et fonctionnalités d'AdForm à venir, chaque fois présenté par des intervenants différents, chacun spécialiste de son domaine.

L'après-midi nous avons eu une plage de temps libre pour nous consacrer à nos tâches quotidiennes et finaliser les campagnes pour les lancements. Pour ce faire, AdForm nous a mis à disposition une salle entière se trouvant à l'étage de la salle de jeux où certains d'entre nous ont échangé quelques balles de ping pong après leurs obligations.

Notre séjour à Vilnius a été une expérience exceptionnelle, tant sur le plan humain que professionnel. Les sessions animées par les spécialistes d'Adform ont été extrêmement satisfaisantes et je les ai particulièrement appréciées. Nous avons eu l'opportunité de discuter de nos défis spécifiques et de trouver des solutions pratiques pour améliorer nos tâches quotidiennes. Ces échanges nous ont permis d'approfondir notre compréhension de la plateforme Adform et ont suscité de nouvelles idées pour optimiser nos différentes structures de campagnes et nos processus de rapports.

Manuel Leston
Ad Operations Consultant

sur un peu plus de 650 employés au total et répartis dans 29 bureaux à travers le monde. L'équipe lituanienne nous a réservé un accueil des plus chaleureux et la bienvenue nous a été donnée par deux collaborateurs qui témoignaient de leur fierté de nous avoir parmi eux et qui nous ont fait visiter les sept étages de l'immeuble en nous dévoilant les différents secteurs et corps de métier. S'en est suivi la présentation commerciale plus traditionnelle, avec des informations factuelles sur la bonne santé d'AdForm en tant qu'entreprise et sur son positionnement RTB et sa vision d'un futur proche avec notamment un



Un séjour riche en contenu et en collaboration avec notre partenaire AdTech AdForm qui restera dans les mémoires collectives pour sa qualité et son chaleureux accueil lituanien.

Cette expérience a été très enrichissante! C'était formidable de rencontrer et d'échanger avec l'équipe Adform, le DSP avec lequel je travaille quotidiennement. Les formations et les ateliers qui ont été organisés pour nous ont été très informatifs et inspirants. J'ai trouvé particulièrement intéressantes les plongées dans l'optimisation des créations dynamiques (DCO) où un spécialiste de leur équipe a démontré tout le potentiel de l'outil et a donné quelques conseils pratiques sur l'optimisation des DCOs, qui nous aideront certainement à obtenir davantage de résultats dans la création des DCOs. En outre, nous avons eu l'occasion de donner notre avis sur la plateforme et c'était remarquable de voir à quel point ils ont apprécié nos commentaires et étaient réceptifs. Leur volonté de travailler à l'amélioration de leur plateforme pour pouvoir nous offrir la meilleure expérience à l'utilisateur est à saluer.

Maria Katergi
Programmatic Executive

