



THE TV & RADIO ANALYTICS PLATFORM

Toutela tele

L'HUMANITÉ DIMANCHE

Maddyness

STRATÉGIES NEWS

Admo.tv lance sa solution d'intelligence artificielle

La société Admo, qui permet de synchroniser les campagnes TV avec les campagnes numériques (SEO, vidéos...)

CB NEWS

Admo.tv intègre le Pass French Tech



Admo, la plateforme d'analyse d'audience TV et radio intègre le Pass French Tech.

ADMO.TV DÉVOILE ADBREAK, SA NOUVELLE FONCTIONNALITÉ À DESTINATION DES ANNONCEURS TV

04/02/2018



TOP/COM EXPRESSION



LE FIGARO



TOP/COM



emarketing.fr

Informations Entreprise



ADMO.TV, L'EXPERT DU DRIVE TO WEB

Son concept : Lancée en 2015, cette plateforme d'analytics TV et radio s'est fixée pour objectif de booster la performance des publicités offline sur le digital ainsi que l'impact notoriété des annonceurs.

Admo.tv en quelques chiffres-clés

- 250 clients en Europe (marques et agences)
15 pays franchisés
2 brevets technologiques déposés en France
Un CA en hausse de 500% entre 2015 et 2017
30 collaborateurs

position dans la coupure. En outre, grâce à l'analyse user-centré effectuée via des algorithmes de calcul d'impact dynamique extrêmement fiables dans leur restitution de données, les annonceurs connaissent l'impact exact de leurs spots TV sur leurs conversions.

Ses fondateurs : Là encore un binôme ! En l'occurrence, Baptiste Brunin, aussi barbu et jovial qu'est glabre et un rien austère son associé, Pierre Figeat.

Son développement : En seulement trois ans, Admo.tv s'est imposée comme la première plateforme du marché avec des clients de premier rang (Meetic, Accor, BNP Paribas, Showroomprive.com, Shiseido...)

Optimiser ses pubs TV

admo.tv accompagne au quotidien plus de 250 marques dans 15 pays pour analyser et amplifier l'impact de leurs investissements TV sur leur business online.



LA COM LA-COMMUNICATION.fr

Admo.tv dévoile AdBreak, sa nouvelle fonctionnalité à destination des annonceurs TV

médiaCom

viuz

Admotv dévoile l'impact des annonceurs The Voice

PROGRAMMATIQUE, RTB, ADRESSABLE : QUELLE TÉLÉVISION POUR DEMAIN ?

02/15/2018



Pierre Figeat, co-fondateur Admo.tv



Par Domitille de Saint-Exupéry, Chief Marketing Officer chez Admo.tv

Comment mesurer l'impact d'un spot publicitaire TV ?

Satellifax

no.TV

Admo.tv se veut le « Google Analytics » français de la télévision. Ses outils mesurent l'impact d'une campagne de publicité en télévision ou radio sur la fréquentation des sites web des annonceurs.



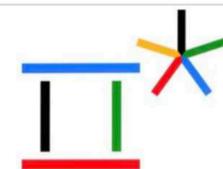
France TV fait le plein de pub pendant les JO

Au cours des 17 jours de la compétition des JO d'hiver, 201 annonceurs ont diffusé 1 557 spots soit 9 heures et 26 minutes de publicité au global, selon la pige réalisée par Admo.tv.

Les annonceurs aux JO de PyeongChang selon Admo.tv

Le 26/02/2018 à 17:40 par Thierry Wojciak

Facebook share buttons



PyeongChang 2018



Admo.tv, spécialiste de l'analytics TV & Radio, publie une infographie des annonceurs TV présents lors des retransmissions live des Jeux Olympiques d'hiver de PyeongChang sur France 2 et France 3 entre le 9 et le 20 février.

LA LETTRE

- DE L'AUDIOVISUEL -

La Correspondance de la Publicité

temps de parole cumulé des annonceurs pendant les Jeux Olympiques d'hiver de PyeongChang 2018 a atteint 9 heures et 26 minutes (Admo.tv)

CB NEWS