

# Partenariat iHeartMedia et Unified sur la data

**A peine 2 mois après avoir annoncé le prochain lancement de son Adexchange privé, iHeartMedia confirme son positionnement sur le programmatique en développant le ciblage de ses audiences, via un investissement au capital du spécialiste Unified.**

L'entreprise de radio broadcast et online, entre autres activités, vient de signer un accord stratégique avec Unified, spécialiste des data sur les medias sociaux. Ce partenariat permet à iHeartMedia (anciennement Clear Channel) d'être en pointe sur la livraison de contacts et de résultats mesurables sur l'ensemble de ses supports broadcast, digitaux, mobiles et sociaux, afin de répondre aux attentes de schéma d'attribution publicitaire et d'identification, d'analyse de l'audience.

La création au sein d'Unified d'une équipe dédiée, formée de data scientists, d'ingénieurs, de designers UX/UI, pour développer des analyses personnalisées et des offres publicitaires sur-mesure aux marques. Ces produits publicitaires permettront de créer des segments à partir de l'agrégation des data d'iHeartMedia, des données de ses clients, et d'autres sources de connaissance des comportements clients. A titre d'exemple, Brian Kaminsky, Président du programmatique et des opérations de gestion de données de iHeartMedia, déclare vouloir travailler sur l'audience des mères de la génération Y. Il souhaite en effet

*« C'est une manière d'approfondir la segmentation de notre offre, comme le ferait une spécialiste du digital. »*

Brian Kaminsky, iHeartMedia

proposer à l'un de ses clients de toucher cette cible grâce à l'analyse des artistes écoutés qu'elle écoute, combinée aux données de style de vie, d'intérêts en termes de divertissements, pour pouvoir associer quels intérêt musicaux à quels types d'aliment, produits frais ou pizza congelée. *« C'est une manière d'approfondir la segmentation de notre offre, comme le ferait un spécialiste du digital »*, selon B. Kaminsky.

Pour Bob Pittman, PDG de iHeartMedia, les solutions guidées par les données transforment la manière l'entreprise délivre *« un surplus de valeur à ses clients, leur fournissant la facilité, la mesurabilité et la précision du marketing digital à la gigantesque échelle du broadcast »*.

Ayant développé une place de marché avec Jelli et une DMP avec Unified, iHeartMedia accélère dans l'implémentation du programmatique pour la commercialisation et la valorisation de ces supports et inventaires.