

Le 26 juillet 2021 - 07:00 CEST

Laurence Henuzet est la nouvelle Directrice des Opérations de Targetspot

Targetspot, fer de lance de l'audio-adtech, annonce la nomination de Laurence Henuzet en tant que Directrice des Opérations. Une experte reconnue dans le monde de la publicité digitale en Europe avec plus de 11 ans d'expérience.



Laurence Henuzet travaille depuis 2010 dans le secteur du digital. Elle a démarré sa carrière en tant que spécialiste Google Adwords. Elle a ensuite créé et développé le trading desk de Performics en Belgique, où elle était **chargée de toutes les campagnes programmatiques**, du tracking, de l'optimisation, des aspects techniques et de la gestion de l'équipe.

Ces dernières années, Laurence Henuzet a fait grandir son portefeuille de clients actifs dans différents secteurs comme les FMCG, l'automobile, la finance, les jeux d'argent, la beauté et la pharmacie. *"Au fil du temps, elle a acquis des compétences techniques de pointe, qui en font l'une des plus grandes expertes dans le domaine de l'achat programmatique, des solutions de trafic et de tracking"*, se réjouit Mario Cabañas, General Manager de Targetspot. *"Nous sommes fiers de la compter parmi nous pour accélérer le développement de nos technologies propriétaires"*.

L'essor de l'audio programmatique

Considéré comme un extra périphérique dans l'écosystème des campagnes média numériques, **la programmation audio digitale** s'est imposée dès la mi-2020, attirant de nouvelles marques et capitalisant sur la croissance fulgurante de l'audio digital ces dernières années (podcasts, livres audio, radios web, musique et playlists). Les annonceurs y trouvent une opportunité historique de gagner en granularité pour atteindre leur cœur de cible, là où aucun autre média ne pouvait accéder jusqu'ici.

Les annonceurs ont longtemps hésité à investir dans l'audio programmatique en raison du manque d'options. Un domaine où les ambitions de Targetspot sont clairement définies, comme le confirme Laurence Henuzet : *"Nous sommes un pionnier et nous voulons faire avancer l'audio programmatique en créant un processus de campagnes collaboratives et agiles qui implique tous les intervenants (exemple : un Méta-SSP). Nous disposons des outils permettant d'identifier les moments qui comptent grâce à des signaux audio. Enfin, nous pouvons déjà enrichir notre offre programmatique non seulement dans l'audio, mais également dans le domaine du jeu vidéo"*.

Les éditeurs peuvent aujourd'hui vendre leur inventaire audio via des marketplaces privées, des accords programmatiques garantis ou sur le marché libre, en plus des accords directs. "Les DSP sont connectés aux principaux SSP audio et de nouvelles fonctionnalités sont prévues dans la feuille de route programmatique pour chaque partie prenante", se réjouit la nouvelle Directrice des Opérations de Targetspot.

Si vous souhaitez rencontrer ou interviewer Laurence Henuzet, nous nous tenons à votre entière disposition. Notre département presse est disponible par mail à press@audiovalley.com.

PROCHAIN RENDEZ-VOUS

Résultats semestriels S1 2021

20 Octobre 2021, avant bourse

CONTACTS

Relations investisseurs

Sébastien Veldeman, CFO • Francis Muyshondt, RI

investorrelations@audiovalley.com

Relations presse

Emilie Dehan • press@audiovalley.com

Laure-Eve Monfort • laure-eve@grand-ouest.be • +32 489 57 76 52