



## INNOVATION > Intent Media booste la monétisation du trafic des sites de voyage et ouvre de nouveaux canaux de promotion hors Google <

Partant du constat qu'en moyenne seulement 5% des visiteurs de sites marchands durement gagnés par des référencement web coûteux finalisent leur visite par un acte d'achat, Intent Media s'est intéressé aux 95% restants.

En modélisant leurs comportements par de multiples indices de consultation laissés sur la toile, Intent Media détermine l'instant à partir duquel les visiteurs sont perdus comme clients potentiels, ayant décidé de basculer sur des sites concurrents pour poursuivre leurs recherches (retour sur Google notamment..). C'est à ce moment précis que la technologie sophistiquée d'Intent Media diffuse sur le site consulté les offres ciblées de concurrents plus onéreux sur des produits similaires.

Cette utilisation de la publicité comparative contextualisée est gagnante pour chacune des parties :

- > les sites marchands qui monétisent un trafic auparavant inexploité en étant rémunérés au PPC (Paiement Par Clic) pour la redirection de leurs visiteurs vraisemblablement perdus comme clients
- > les annonceurs tourisme qui s'affranchissent davantage du référencement Google pour diffuser plus économiquement et via d'autres canaux leurs offres sur un public captif et aux demandes clairement identifiées
- > l'internaute voyageur qui se voit proposer sans sortir du site des offres concurrentielles sur ses critères de recherche restant enregistrés

Lancé en 2010 aux USA, Intent Media a ainsi bouleversé le modèle traditionnel de commercialisation tourisme sur le continent nord-américain fort habitué à la publicité comparative. Suite à l'ouverture de son 1<sup>er</sup> bureau à Londres début 2015 et des équipes opérationnelles qui montent en puissance, Intent Media affiche désormais de très fortes ambitions sur le marché français.

Plus de 60 acteurs du tourisme européens utilisent déjà la technologie Intent Media et ce nombre devrait doubler avant la fin 2015 affirme *Nick Morley*, Vice-Président & Managing Director EMEA de la société. Parmi les premières références sur le marché français, notons Hotels.com, eBookers, Budgetplaces, Etihad...

La participation de *Nick Morley*, Vice-Président & Managing Director EMEA – *Ben Riggle*, Global Head of Advertiser Sales – *Ulrike Eder* – Head of Marketing EMEA et d'*Andrew Pyner* – Head of Business Development à l'IFTM Top Resa posera les bases de développements majeurs sur le marché français.



[www.intentmedia.com](http://www.intentmedia.com)

