

## AdTaily zmienia nazwę na Yieldbird

**8 grudnia br. grupa AdTaily zmienia nazwę. Pod marką Yieldbird funkcjonować będą teraz nie tylko usługi dla wydawców związane z zarządzaniem ich powierzchniami reklamowymi, ale także rozwiązania dla reklamodawców, dotychczas oferowane pod marką AdTaily. Głównym udziałowcem Yieldbird jest Agora S.A.**

*- Zmiana nazwy to naturalny krok w rozwoju spółki. W 2012 r. pod marką Yieldbird została uruchomiona usługa polegająca na optymalizacji powierzchni reklamowych wydawców. Okazało się to świetnym ruchem biznesowym. W tej chwili współpraca z wydawcami to główna część naszej działalności i w tym kierunku chcemy się rozwijać. Dlatego zależy nam, by występować wobec naszych partnerów pod nazwą Yieldbird, a nie AdTaily jak dotychczas – tłumaczy Bartłomiej Chmiel, dyrektor zarządzający Yieldbird.*

Reklamodawcy tak jak dotychczas będą mogli współpracować z działem sprzedaży spółki w zakresie emisji kampanii bezpośrednich. Co więcej, spółka cały czas rozszerza współpracę z globalnymi i lokalnymi kupującymi na rynkach, na których optymalizuje powierzchnie reklamowe wydawców. Do tej pory Yieldbird rozwinął swoje usługi w ponad 30 krajach świata, obsługując takich gigantów jak m.in. MailOnline (internetowe wydanie Daily Mail), Edipresse Media czy Burda.

*- Żeby realnie i trwale zwiększać przychody reklamowe wydawców niezbędne są dwie rzeczy. Po pierwsze, świetna obsługa platform RTB i optymalizacja tzw. open marketu. Po drugie, bezpośrednie pozyskiwanie i dobra obsługa reklamodawców, co do tej pory robiliśmy pod marką AdTaily, a teraz będziemy robić jako Yieldbird. Te dwa elementy, czyli technologia i sprzedaż, muszą ze sobą współpracować i uzupełniać się. U nas tak właśnie się dzieje i to między innymi wyróżnia nas na tle konkurencji – podkreśla Bartłomiej Chmiel.*

Rebranding nie pociąga za sobą zmian w sposobie funkcjonowania spółki. Zachowana zostaje ciągłość prawna działalności, co oznacza, że wszystkie dotychczasowe ustalenia i umowy pozostają wiążące. Cały czas w ramach struktur spółki funkcjonuje wewnętrzny software house pod marką Codest, zajmujący się tworzeniem dedykowanego oprogramowania dla firm mediowych.

—

**Yieldbird** zatrudnia ekspertów zajmujących się zarządzaniem powierzchnią reklamową i optymalizacją przychodów z reklamy programatycznej. Wspiera wydawców poprzez zaawansowane narzędzia i strategie optymalizacji, rozwiązania dedykowane zespołom sprzedaży bezpośredniej, partnerstwa strategiczne i usługi consultingowe oraz tworzenie dedykowanego oprogramowania dla firm z sektora mediów. Aktualnie w swoim portfolio ma 250 wydawców w ponad 30 krajach na 3 kontynentach i obsługuje ok. 10 miliardów zapytań reklamowych. Głównym udziałowcem spółki jest Agora S.A.

Więcej na [yieldbird.com](http://yieldbird.com)

