**Grupa AdTaily dostaje skrzydeł, czyli 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.