

Golden Bees remporte le Trophée de l'Ad Innovation délivré par IAB France et rejoint les acteurs clés de l'arène de la publicité interactive et du marketing sur Internet

Un concours qui récompense les start-up innovantes de la publicité de demain et met à l'honneur la plateforme innovante d'achat média programmatique pour le recrutement et la communication marque employeur de Golden Bees.

Paris le 1^{er} février 2018 – **Golden Bees**, première solution de ciblage de candidats via la publicité intelligente, remporte le Trophée de l'Ad Innovation délivré par IAB France, un concours qui récompense les start-up innovantes de la publicité de demain. Cette seconde édition de son « Ad Innovation Pitch » a eu pour volonté de mettre en lumière 5 sociétés de l'AdTech dans les domaines du mobile, de la vidéo, du content & native advertising, du social media ainsi que de la mesure & data analytics.

Pour David Lacombed, président de l'IAB France, « *Les notions de créativité et d'innovation sont devenues un véritable enjeu pour notre marché. L'objectif de ce concours est de détecter et promouvoir les sociétés qui feront bouger les lignes en liant technologie et inventivité.* »

En remportant ce Trophée, la plateforme de recrutement programmatique Golden Bees rejoint les acteurs clés de l'arène de la publicité interactive et du marketing sur Internet.

Pour Fariha Shah, co-fondatrice de Golden Bees « *Nous sommes très fiers de cette récompense essentielle ! Grâce à la conciliation de notre expertise dans le domaine du webmarketing et de notre connaissance de l'écosystème RH, nous relevons le défi d'innover sur le marché RH en adaptant les nouvelles technologies et les meilleures pratiques de la publicité en ligne aux besoins du recrutement.* ».

Golden Bees est la première solution de ciblage de candidats intelligent via la publicité programmatique en France et permet de diffuser des offres d'emplois sur tous les contextes médias pertinents et sur tous les supports connectés auprès de candidats potentiels qui correspondent aux profils recherchés. L'objectif étant que l'entreprise qui recrute puisse atteindre un nombre de candidats potentiels conséquents de manière intelligente et ciblée tout en maîtrisant les facteurs de temps et coût.

« *Nos algorithmes permettent aujourd'hui à des candidats de trouver un emploi. Nous transformons la publicité en véritable outil social au service de l'emploi en France !* » ajoute Fariha Shah.

Cette distinction intervient alors que Golden Bees vient d'annoncer la levée d'un millions d'euros lui permettant d'accélérer son développement technique et commercial en France et de préparer son développement à l'international. Cette levée de fonds permettra également de renforcer ses équipes de 10 nouveaux talents sur 2018, notamment de profils issus de l'univers de la publicité digitale.

À propos de Golden Bees

Créée en 2015 par Jonathan Bordereau et Fariha Shah, Golden Bees est la première solution de ciblage intelligent de candidats dans le processus de recrutement via la publicité programmatique. Basée sur une suite de technologies propriétaires d'Intelligence Artificielle, Golden Bees diffuse des annonces de recrutement, sous forme de publicité, de manière ciblée et automatisée sur l'intégralité des contextes médias pertinents et des supports connectés. Golden Bees, qui compte plus de cents entreprises clientes, dont Vinci, SNCF, Manpower, L'Armée de terre, Würth, Korian ou encore Société Générale a été labelisé Pass French Tech en 2018.

Date de création : 2015

Effectif : 45 collaborateurs

Enseignes clientes : Bouygues, Korian, Société Générale, Vinci, FED, Mazars, SNCF, ING, Manpower, Assystem...

Site : <https://goldenbees.fr/>

RS: [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#)