

Channel Factory est LA solution anti-gaspi

Afin d'objectiver sa transparence, sa performance envers les annonceurs et les agences et les économies engendrées par de meilleurs placement publicitaires, Channel Factory a fait appel à [PwC](#) afin de réaliser une évaluation de sa technologie. Les [résultats de l'étude](#) viennent d'être présentés à New York. La conclusion majeure de PwC est que la technologie de Channel Factory réduit le gaspillage média de 23% et engendre une économie des coûts de 12%.

La vérité en toute transparence

Channel Factory a demandé à PwC d'entamer une procédure de vérification de sa technologie afin de démontrer que celle-ci répond aux normes de l'industrie et de crédibiliser l'offre qui est faite aux clients. Il a été analysé, entre autres, la méthode avec laquelle Channel Factory classe les contenus afin que ces derniers soient en ligne avec les instances telles que le GARM ou l'IAB.

Au terme de cette procédure de vérification, il apparaît que la catégorisation des langues opérée par ChannelFactory est précise à 99% et que le regroupement des contenus vidéo par catégorie atteint un taux de correspondance de plus de 80% autant pour IAS que IAB, Comscore ou encore GARM. Il ressort également de la procédure de vérification que 100% des chaînes YouTube ont été correctement classées selon les standards de l'IAB et que 96% des vidéos possédaient la terminologie correcte d'IAS.

Preuve irréfutable

Jenny Chau, Chief Solution Officer: "Une raison importante de faire appel à PwC est que nous voulions prouver, de manière irréfutable, que Channel Factory est une solution complète au problème de gaspillage des médias. C'est chose faite! Le rapport de PwC confirme ce que nous disons depuis toujours au marché: nous offrons de la transparence et notre technologie, non seulement atteint les meilleurs résultats mais est également source d'économie budgétaire. Ce rapport ne fait qu'accélérer notre passion pour l'innovation. Notre objectif est de créer un produit conscient qui délivre l'ultime ROI au final, qui élimine le gaspillage des contacts et par la même occasion inclut des créateurs de contenus et des communautés très diverses."

Adam Edelshain de PwC commente: "Il peut être complexe de naviguer au sein de l'écosystème du média digital ce qui engendre une demande pour plus de transparence. Channel Factory mérite un éloge pour avoir soumis leur plateforme ViewIQ aux tests et vérifications opérés par PwC."

Le temps est venu pour une réforme

Fabien Bourgies, Country Manager Belgium de Channel Factory, espère que le rapport de PwC va inspirer d'autres acteurs sur le marché d'en faire de même. Ne fût-ce que pour objectiver et améliorer les processus internes. "Le temps d'une réforme en profondeur de l'écosystème digital est venu," selon Bourgies.

"Selon une étude de PwC publiée en 2020, en moyenne 15% des investissements publicitaires des plus grands annonceurs n'étaient pas attribuables. Cette étude comptait parmi les nombreux rapports qui ont contribué à mettre en lumière le gaspillage publicitaire dans l'écosystème digital. Une autre étude publiée début 2023 par PwC montre que la situation s'améliore mais que la confiance est encore trop faible. J'espère que ce rapport va contribuer à un changement de perception et va inspirer les acteurs à changer. Je suis d'ailleurs convaincu qu'il ne s'agit pas, la plupart du temps, de mauvaise volonté mais plutôt d'un manque d'information sur la technologie".

À propos de Channel Factory

Channel Factory est une technologie exclusive et une plateforme de données mondiale qui optimise la performance et la pertinence contextuelle, transformant les 5 milliards de vidéos et 500 heures par minute de nouveaux contenus sur YouTube en opportunités de campagnes performantes et pertinentes pour les marques. La mission de Channel Factory est de créer un écosystème vidéo adapté qui connecte les créateurs de contenus, les marques et les consommateurs en permettant aux annonceurs d'accéder aux vidéos, chaînes et créateurs les plus pertinents pour leurs marques.

Grâce à leur technologie propriétaire qui utilise la puissance du plus grand nombre de données YouTube dans l'industrie, Channel Factory a rendu possible à la fois une brand suitability très avancée, un ciblage de contenu sur-mesure ainsi qu'une performance maximale pour les plus grandes marques du monde. L'algorithme de Channel Factory garantit aux annonceurs non seulement qu'ils soient placés face à un contenu approprié à leur image de marque, mais également que leurs campagnes délivrent les résultats attendus en optimisant ces dernières via l'utilisation de leur historique complet de données de performance.