

Onderzoek van PwC wijst uit dat Channel Factory media waste met 23 procent vermindert en tot 12 procent kostenbesparing oplevert

Om cijfermatig te onderbouwen dat Channel Factory volledig transparant opereert, efficiëntie levert aan adverteerders en bureaus, en geld bespaart als gevolg van kwalitatieve advertentieplaatsing, heeft het technologie- en dataplatform [PwC](#) benaderd voor een onafhankelijk onderzoek. De [resultaten van het onderzoek](#) zijn vandaag in New York gepresenteerd. Een opvallende conclusie in het rapport van PwC is dat de technologie van Channel Factory media waste met 23 procent vermindert, wat leidt tot een kostenbesparing van 12 procent.

De transparante waarheid

Channel Factory vroeg PwC om verificatieprocedures uit te voeren op zijn technologie om aan te tonen dat Channel Factory-technologie voldoet aan de industriestandaarden en het aan klanten voorgestelde beleid waarmaakt. Hierbij is onder andere onderzocht hoe Channel Factory content classificeert om ervoor te zorgen dat deze in lijn is met instanties als GARM en IAB.

Uit het verificatieproces bleek dat 99 procent van Channel Factory's taalcategorisering accuraat was en Channel Factory's taxonomie voor het categoriseren van videocontent behaalde een match rate van meer dan 80 procent voor zowel IAS als IAB, Comscore en GARM. Channel Factory voldeed ook aan de IAB- en IAS-normen; uit het verificatieproces bleek dat 100 procent van de kanalen de juiste IAB-categorisering had en 96 procent van de video's de juiste IAS-aanduiding.

Onomstotelijk bewijs

Jenny Chau, Chief Solution Officer: "Een belangrijke reden om PwC in te schakelen, was dat wij onomstotelijk wilden bewijzen dat Channel Factory een oplossing is voor, en geen onderdeel van, het probleem van media waste. En dat is nu gebeurd. Het PwC-rapport bevestigt wat we altijd zeggen, en dat is dat wij als organisatie transparantie bieden en dat onze technologie niet alleen zorgt voor de beste resultaten, maar tegelijkertijd ook kosten bespaart. In plaats van onze voet van het gaspedaal te halen, heeft dit rapport onze passie om te blijven innoveren alleen maar vergroot. Ons doel is om een bewust product te creëren dat de ultieme ROI levert, media waste elimineert en tegelijkertijd diverse makers en gemeenschappen ondersteunt."

Adam Edelshain van PwC merkt op: "Het digitale media-ecosysteem kan complex en moeilijk te navigeren zijn, wat leidt tot de vraag naar meer transparantie. Channel Factory verdient lof voor het onderwerpen van hun ViewIQ-platform aan tests en verificatie door ons bij PwC."

Tijd voor een fundamentele hervorming

Fabien Bourgies, Country Manager België, hoopt dat het onderzoeksrapport andere spelers in de markt zal inspireren om hetzelfde te doen. Al is het alleen maar om de interne processen op orde te brengen. "Het is tijd voor een fundamentele hervorming van het digitale ecosysteem," aldus Bourgies.

"Uit een studie die PwC in 2020 publiceerde, bleek dat gemiddeld 15 procent van mediabestedingen van grote adverteerders niet toerekenbaar was. De studie was een van de vele rapporten die hebben bijgedragen aan het in kaart brengen van media waste in het digitale ecosysteem. Uit een vervolgstudie die PwC begin 2023 publiceerde, bleek dat de situatie is verbeterd, maar het vertrouwen in bureaus is nog steeds te laag. Ik hoop dat dit rapport gaat bijdragen aan een verandering van dit beeld en dat het bureaus zal inspireren om het anders aan te pakken. Ik ben er namelijk van overtuigd dat het in de meeste situaties geen onwil is, maar dat het meer komt door de techniek en gebrek aan kennis".

Over Channel Factory

Channel Factory is een gepatenteerd technologie- en wereldwijd dataplatform dat de prestaties en contextuele relevantie optimaliseert en de 5 miljard video's en 500 uur per minuut aan nieuwe content van YouTube omzet in krachtige, relevante campagnemogelijkheden voor merken. De missie van Channel Factory is het creëren van een responsief video-ecosysteem dat makers van inhoud, merken en consumenten met elkaar verbindt door adverteerders toegang te geven tot de video's, kanalen en makers die het meest relevant zijn voor hun merken.

Met behulp van hun eigen technologie die de kracht van de meeste YouTube-gegevens in de branche benut, heeft Channel Factory zeer geavanceerde merkgeschiktheid, op maat gemaakte contenttargeting en maximale prestaties voor de grootste merken ter wereld mogelijk gemaakt. Het algoritme van Channel Factory zorgt ervoor dat adverteerders niet alleen voor inhoud worden geplaatst die past bij hun merkimago, maar ook dat hun campagnes de verwachte resultaten opleveren door ze te optimaliseren door het gebruik van hun volledige historische gegevens.