



Verizon Media lance Next-Gen Solutions, alternative à l'ID publicitaire

Next-Gen Solutions permet de créer des profils d'audience par déduction, sans avoir recours aux cookies ni aux ID mobiles.

Paris, le 14 avril 2021 -- Verizon Media annonce le lancement de Next-Gen Solutions, suite d'outils à destination des annonceurs et éditeurs permettant de créer, acheter et mesurer des audiences sans avoir recours à des traceurs publicitaires. A l'ère du sans ID, ces solutions offrent une expérience publicitaire de confiance et pertinente aux consommateurs.

Alors que les navigateurs se séparent de la technologie cookie et qu'une partie de l'univers applicatif se passe désormais d'ID publicitaires, que la réglementation et les préférences des internautes en matière de confidentialité évoluent, annonceurs et éditeurs attendent de nouvelles solutions pour atteindre efficacement leurs cibles.

Next-Gen Solutions de Verizon Media utilise, en temps réel, un ensemble de données telles que la météo, la localisation et les types d'appareils qui alimente des algorithmes de *machine learning* pour connecter les annonceurs à leurs audiences sans avoir recours aux cookies, ID mobiles, stockage au sein du navigateur ni à la création de profils à l'échelle de l'utilisateur.

Cette suite vient enrichir l'offre du groupe en matière d'*identity management*, comprenant déjà ConnectID, ID unifié basé sur l'*identity graph* de Verizon Media. Annonceurs et éditeurs disposent ainsi de deux solutions : l'une lorsqu'une identité est détectée avec ConnectID, l'autre sans identité avec Next-Gen Solutions.

" L'avenir de l'identité se trouve dans l'équilibre entre l'expérience utilisateurs et croissance du marché publicitaire, le tout dans un climat de confiance. » déclare Iván Markman, Chief Business Officer de Verizon Media. " Pour les annonceurs, préserver leurs activités dans un futur sans ID est une nécessité, pas un choix. C'est la raison d'être de Next-Gen Solutions: permettre aux annonceurs d'atteindre leurs audiences, offrir des expériences pertinentes aux consommateurs et offrir aux éditeurs un moyen d'optimiser la monétisation de leurs inventaires dans un monde sans ID. »

La suite Next-Gen Solutions comprend :

Next-Gen Audiences - Audiences créées à partir de modèles de *machine learning* basés sur les données 1st party de Verizon Media. Les audiences Next-Gen sont alimentées par des signaux contextuels en temps réel venant renforcer les segments « démographiques », « centres d'intérêt », « niveaux de revenu », « look alike » et « prédictif » déjà disponibles. Le tout dans le respect de la vie privée des consommateurs. Cette solution assure aux marques, aux agences ainsi qu'aux éditeurs un ciblage précis et performant des campagnes publicitaires dans un monde sans ID.

Next-Gen Buying - Next-Gen Buying est intégré nativement dans le DSP de Verizon Media pour un achat et une diffusion sans couture. La solution de *capping* basée sur le *machine learning* limite la surexposition de l'utilisateur final lorsqu'il s'agit d'impressions sans ID. Avec Next-Gen Buying, Verizon Media DSP optimise les campagnes en permettant aux annonceurs d'enchérir facilement sur les offres qu'elles soient adressables ou sans identité.

Next-Gen Measurement - Avec la disparition des cookies et des ID mobiles, la mesure de conversion va perdre en fiabilité puisqu'il va être plus difficile de réconcilier les différents points de contact. Or, les solutions de mesure dites en silos ou en *clean-room* brouillent la compréhension du parcours consommateur dans son intégralité et freinent donc le calcul du ROAS (*Return on ad spend*). Avec Next-Gen Measurement, les annonceurs vont pouvoir conserver le même niveau d'*insights* et de mesure omnicanal. Next Gen Measurement combine la méthode de mesure de Verizon Media, basée sur ses données 1st party, avec des solutions fournies par les navigateurs et systèmes d'exploitation. L'ensemble fournit une mesure complète, fiable et respectueuse de la vie privée.

Next-Gen Audiences et Next-Gen Buying seront disponibles au deuxième trimestre 2021. Next-Gen Measurement le sera au quatrième trimestre.

" La transformation du secteur publicitaire creuse de plus en plus nettement le fossé entre les acteurs disposant de données 1st party et les autres. Ce sont à la fois de nouveaux défis et de nouvelles opportunités qui se dessinent pour les entreprises ", déclare Iván Markman. "Avec le lancement de Next-Gen Solutions, nous élargissons notre capacité à servir nos clients, en proposant des solutions pour gérer les opportunités publicitaires avec ou sans ID."

A propos de Verizon Media

Verizon Media, une division de Verizon Communications, Inc. rassemble un écosystème de marques media premium, telles que Yahoo et TechCrunch. Verizon Media permet à chacun de se divertir, de s'informer, de communiquer et d'effectuer des transactions, tout en créant de nouveaux modes de connexions entre annonceurs et médias. Des expériences en réalité étendue à la publicité et aux technologies de contenu, Verizon Media se positionne comme un incubateur d'innovation et révolutionne la prochaine génération de création de contenu dans un monde 5G.

Contacts presse :

Delphine Bionne - dbionne@lcmconseil.info - 06 74 74 11 48