

Prisma Media, 1^{er} éditeur à lancer sa solution de SPO propriétaire



Le supply path optimization (SPO) est souvent présenté comme un moyen d'améliorer les performances des annonceurs en réduisant la tech tax prélevée par certains acteurs de l'écosystème. Vendu comme le moyen de faciliter la vie des traders en agence, les attentes du marché sont grandes mais le niveau des éditeurs sur le sujet est hétérogène.

Chez Prisma Media Solutions, les équipes digitales travaillent sur le sujet depuis 2 ans. Plus de **1000 chemins d'accès à son inventaire ont été analysés et cartographiés** sur différents critères tels que : les tech fees, le volume disponible, la qualité de l'intégration technique, la transparence sur la chaîne de valeur, etc...

L'objectif de cette opération : fournir **une note SPO sur 20 à chaque supply vendor ID** (c'est-à-dire chaque chemin d'accès) afin d'auditer et d'optimiser le ciblage à chaque campagne.

Cette solution a été testée avec succès par **Publicis et Jellyfish, les 2 premières agences à avoir mis en place une stratégie SPO**. Concrètement, après un audit précis des supply vendors ID, les équipes de Publicis et de Jellyfish ont favorisé certains chemins dans leur DSP en fonction des notes proposées par la technologie.

Par exemple, chez Jellyfish, l'utilisation des supply vendor ID fournis par Prisma Media leur a permis de renforcer leur méthodologie de scoring SPO, pour injecter ces scores dans des algorithmes custom qui génèrent jusqu'à 27% de productivité média

*« Prisma s'est révélé être un partenaire privilégié dans l'enrichissement de nos produits dédiés au SPO grâce à leur expertise adtech avancée »
déclare Thomas Allemand, Senior Adtech & Supply Director.*

*“Cela a rendu possible une meilleure compréhension de nos chemins d'achat et nous a permis de renforcer nos scoring propriétaires et maximiser la transparence pour nos clients”
ajoute Thibault Martin, Senior Data Insights Manager*

Pour plus d'informations, contactez Paul Ripart et son équipe.

CONTACTS

Paul Ripart

Directeur Commercial
programmétique et data
pripart@prismamedia.com
07 63 85 23 09

A PROPOS

Prisma Media Solutions, régie publicitaire du groupe Prisma Media, c'est 25 marques leaders présentes sur plus de 100 supports (presse, web, mobile, audio, event...). N°1 des groupes de presse magazine, nos marques média (Femme Actuelle, Gala, Capital, GEO, Voici, Télé-loisirs...) sont référentes sur de nombreux centres d'intérêts (mode, beauté, Entertainment, environnement, voyage, cuisine, économie...) et touchent 41M de lecteurs/internautes ou vidéonautes* chaque mois.

PMS est très engagé pour une publicité responsable, compense ses émissions de carbone depuis cette année et encourage avec des actes concrets les acteurs du marché à réduire leur ou compenser leurs activités. Prisma Media Solutions, « L'Engagement fait la différence »

*ACPM One Next Global 2021 V2

[Prismamediasolutions.com](https://prismamediasolutions.com)

L'Engagement fait la différence