

# OMS lance un réseau de vidéos en ligne pour les journaux régionaux allemands



OMS est le principal réseau allemand de commercialisation et de ventes en ligne pour journaux régionaux, qui représentent plus de 150 sites. La position de leader allemand des réseaux en ligne qu'occupe OMS, fondée en 1996, a permis à la société d'élargir son public qui a atteint plus de 9,2 millions d'utilisateurs uniques par mois.

## Capitaliser sur la vidéo en ligne pour générer des bénéfices supplémentaires

À l'exemple de nombreuses autres sociétés du secteur des médias, OMS s'est trouvée au premier rang pour constater l'explosion de la vidéo en ligne comme nouveau moyen efficace de communiquer avec les lecteurs sur le Web. OMS a très vite reconnu que la société devait compléter le réseau publicitaire florissant qu'elle avait développé depuis quelques années par un réseau et une stratégie publicitaires complets de vidéo en ligne.

Kim Kriegers, Directeur du réseau vidéo chez OMS, a été chargé de sélectionner une plate-forme vidéo en ligne pour permettre de créer un réseau vidéo en ligne destiné aux journaux membres. Ce réseau devait présenter des contenus éditoriaux de première qualité, sous licence et diffusés par OMS, ainsi que des vidéos locales publiées par les journaux régionaux. OMS voulait également vendre des spots publicitaires adossés aux contenus vidéo permettant de générer de nouveaux flux permanents de bénéfices pour les journaux et annonceurs participants.

## La solution Brightcove

Après une procédure de sélection rigoureuse, OMS a choisi Brightcove comme fournisseur privilégié pour lancer son réseau vidéo en ligne. Kriegers et son équipe ont décidé que la plate-forme Brightcove était la mieux adaptée à ses besoins en termes de fonctionnalité, polyvalence et évolutivité, surtout pour permettre de déployer un réseau de syndication des contenus et un réseau publicitaire pour les sites de ses membres.

D'après Kriegers, Brightcove a été choisie en raison de plusieurs critères spécifiques :

- **L'évolutivité** : OMS a besoin d'une solution totalement évolutive en raison de la taille et de la portée de son réseau existant. L'évolutivité de Brightcove dans le secteur est inégalée. Chaque mois, les clients de Brightcove représentent plus de 135 millions d'internautes uniques grâce à des centaines de millions de flux vidéo. Avec Brightcove, OMS a la certitude qu'au fur et à mesure de la croissance et de l'expansion de ses projets de vidéo en ligne, sa plate-forme vidéo en ligne évoluera de manière efficace.
- **La polyvalence** : la polyvalence intégrée de Brightcove permet aux éditeurs de site Web de chacun des journaux d'OMS de personnaliser totalement la présentation et l'utilisation de leurs lecteurs vidéo basés sur Flash.
- **Des services professionnels** : l'équipe des services professionnels de Brightcove a joué un rôle majeur pour permettre à OMS de réaliser sa vision de la vidéo en ligne, depuis l'activation et la formation jusqu'au développement et au déploiement, en passant par l'architecture.
- **Les fonctions de personnalisation** : la possibilité de créer un lecteur et une expérience Web personnalisés était fondamentale pour répondre aux besoins du grand éventail de journaux et sites d'OMS.
- **L'intégration de plate-forme à plate-forme** : la capacité de Brightcove de s'intégrer facilement à d'autres grandes plates-formes technologiques de pointe, comme l'Allemande IVW Reporting, Sitecatalyst v14 d'Omniure, DFP de Doubleclick et Video Sitemap de Google, a joué un rôle essentiel pour la création d'une solution d'entreprise aux fonctions multiples, sur laquelle OMS pouvait fonder

un modèle d'entreprise de classe mondiale et mieux rentabiliser ses activités.

- **La facilité d'utilisation :** OMS avait besoin d'une solution vidéo en ligne que ses membres pouvaient déployer très aisément, car très souvent ces sites ne bénéficient pas, au sein de leur personnel, de nombreux experts techniques en vidéo. Grâce à Brightcove, OMS dispose d'une solution intégrée unique pour tous ses besoins d'édition et de diffusion de vidéos, qui peut être déployée sans que d'autres ressources informatiques soient nécessaires.

« Il était tout à fait clair que Brightcove pouvait nous fournir la plate-forme la plus complète et la plus évolutive du marché, » dit Kriegers. « La polyvalence et l'ouverture de la plate-forme permettent à tous nos éditeurs de site Web de publier en toute facilité les vidéos fournies par OMS, ainsi que leur propre contenu vidéo local. Pour notre réseau de journaux, la possibilité d'utiliser la vidéo en ligne leur permet une plus grande communication avec leurs lecteurs et ainsi l'expansion de leurs activités en ligne. »

## Un réseau vidéo en ligne en croissance rapide

Depuis le lancement avec Brightcove à la fin de l'année dernière, OMS a pu déployer la plate-forme à 18 éditeurs et 36 sites de journaux en Allemagne. Ces sites produisent et publient leur propre contenu local / régional en dépit de leurs ressources informatiques limitées. En outre, OMS obtient sous licence et compile des contenus provenant de sources diverses, qui sont utilisés par ses sites membres

pour veiller à ce que leur public puisse choisir parmi un éventail de contenus et de sujets. En règle générale, OMS ajoute chaque jour 10 à 20 nouvelles vidéos, qui sont ensuite syndiquées en transparence et automatiquement à tous leurs éditeurs grâce à Brightcove.

Brightcove a également permis à OMS de créer un « kit site » vidéo, que chacun de ses membres met en œuvre, comprenant des centres vidéo et des widgets à distribuer sur toutes les pages pour promouvoir SEO et renforcer leurs fonctions de partage de contenu.

OMS a également constaté des résultats robustes sur le front de la publicité. Son nouveau réseau vidéo en ligne a généré de nouveaux flux de bénéfices et la possibilité pour les journaux et annonceurs membres de son réseau d'optimiser leurs marges bénéficiaires.

Durant les mois à venir, OMS prévoit de déployer son réseau vidéo en ligne à une centaine de journaux régionaux et autres partenaires de change to commercialisation qui font partie du réseau OMS.

Kriegers a ajouté en conclusion : « Les premiers journaux qui ont participé à notre nouveau réseau vidéo en ligne ont déjà constaté que leur trafic vidéo a doublé, voire triplé, grâce à la facilité d'utilisation et à la polyvalence de la plate-forme Brightcove. Nous avons hâte de déployer la plate-forme à tous nos sites et de continuer à élargir la réussite de notre réseau croissant de vidéos en ligne. »



« Il était tout à fait clair que Brightcove pouvait nous fournir la plate-forme la plus complète et la plus évolutive du marché. »

*Kim Kriegers, directeur du réseau vidéo chez OMS*