

Susciter l'engagement de votre public grâce à des expériences basées sur le machine learning

Comment le machine learning transforme le
secteur des médias et du divertissement

Table des matières

Introduction : réponse à de grandes attentes.....	3
Les défis auxquels les entreprises de M&E sont confrontées	4
Utilisation du machine learning pour relever ces défis	5
Amélioration de l'expérience client	7
Optimisation des processus internes.....	10
Marketing et monétisation.....	12
Commencer à maximiser la valeur de votre contenu dès aujourd'hui.....	13

INTRODUCTION

Réponse à de grandes attentes

Le secteur des médias et du divertissement (M&E) se développe à un rythme effréné, les clients consommant plus de contenu que jamais. Selon l'étude Global Entertainment & Media Outlook de PwC, les recettes mondiales des services vidéo OTT devraient croître à un taux annuel de près de 15 % jusqu'en 2024. Les marchés de nombreux autres segments médiatiques, notamment la réalité virtuelle (RV), les jeux vidéo, la publicité sur Internet et hors domicile, la musique, la radio, les podcasts et les livres numériques — **devraient également connaître la croissance.**

Les distinctions entre l'imprimé et le numérique, les jeux vidéo et le sport, la télévision payante et les services OTT, les réseaux sociaux et les médias traditionnels sont en train de s'estomper. Les attentes des consommateurs, qui souhaitent disposer d'un choix quasi illimité de contenus à tout moment, en tout lieu et sur tout écran, entraînent des changements commerciaux et opérationnels. Pour réussir dans ce nouvel environnement, les entreprises de médias doivent fournir un contenu de qualité de manière rentable à un public qui s'intéresse à la marque.

Dans cet e-book, nous vous présentons comment votre entreprise peut atteindre ces objectifs grâce à des solutions basées sur le machine learning et nous vous donnons des exemples d'autres entreprises de votre secteur qui créent aujourd'hui des expériences fascinantes et captivantes grâce au machine learning.





Les défis auxquels les entreprises de M&E sont confrontées

Pour rester performantes, les entreprises de médias d'aujourd'hui doivent trouver des moyens innovants et rentables de relever un certain nombre de défis.

Répondre aux nouveaux modèles commerciaux

Le comportement des consommateurs en termes d'abonnement et d'achat de contenu unique ne cesse de changer, ce qui complique le maintien d'un seul modèle de revenus. Il se peut que vous deviez envisager des moyens entièrement nouveaux pour favoriser la croissance des approches directes aux consommateurs.

Mettre les processus internes à l'échelle

Les processus manuels, tels qu'identifier le point de départ du générique de fin, sélectionner les bonnes séquences où insérer des publicités ou découper les vidéos pour une meilleure indexation, sont tous coûteux et lents. Ils ne peuvent pas non plus être mis à l'échelle pour gérer l'augmentation des volumes de contenu. Dans le même temps, des tâches telles que le sous-titrage et l'extraction de métadonnées prennent de plus en plus de temps et nécessitent énormément de travail. Des milliers d'heures de travail sont souvent consacrées au balisage, à l'étiquetage, au sous-titrage et à l'analyse des ressources de médias.

Créer de nouvelles expériences pour les consommateurs

Les consommateurs attendent de plus en plus de nouvelles formes de médias qui créent de l'engagement et de nouvelles façons de consommer du contenu. Pour répondre à ces exigences, il faut innover rapidement et à grande échelle. De nombreuses entreprises considèrent la personnalisation comme une partie de la solution, car le contenu personnalisé a plus de chances d'être consommé et donne lieu à un engagement plus long.

Utiliser le machine learning pour relever ces défis

Qu'il s'agisse de vidéo, de streaming musical, de publicité sur Internet ou de sport, le machine learning joue un rôle clé dans l'accélération des processus de création et d'organisation de contenu, l'augmentation de l'engagement des consommateurs et l'amélioration des options de monétisation pour les entreprises de M&E.

Étudions quelques exemples de la manière dont le machine learning permet d'obtenir des résultats commerciaux positifs pour les entreprises du secteur M&E. Nous présenterons des cas d'utilisation plus spécifiques dans les sections suivantes.

VIDEOFASHION!

Videofashion utilise **Amazon Rekognition** pour indexer automatiquement plus de 18 000 heures de séquences et de reportages sur les défilés pour ses archives de 3 000 programmes. Il est désormais plus facile de rechercher du contenu et de générer des revenus, tout en réduisant de 88 % le temps nécessaire pour analyser, identifier et baliser le contenu.

[En savoir plus sur Videofashion ›](#)





Discovery, une société multinationale de médias, utilise **Amazon Personalize** pour offrir des suggestions de contenu personnalisées pour sa plateforme de streaming Discovery+ sur plus de 50 000 épisodes d'émissions de ses différentes marques de télévision comme Food Network, HGTV, TLC et bien plus encore. Cette expérience client améliorée permet aux clients de trouver du contenu personnalisé qui correspond à leurs intérêts spécifiques.

[En savoir plus sur Discovery ›](#)

THE WALL STREET JOURNAL.

The Wall Street Journal, un fournisseur mondial d'actualités et d'informations commerciales, utilise **Amazon Kendra** et la recherche en langage naturel pour renforcer les capacités de ses lecteurs. Talk2020, un outil de recherche intelligent, aide les lecteurs à rechercher et à analyser rapidement 30 années de déclarations publiques faites par les candidats à la présidence. Grâce à des capacités de recherche d'entreprise fiables, les utilisateurs peuvent simplement poser des questions en langage clair pour découvrir ce que les candidats à la présidence ont dit sur un large éventail de questions et de sujets.

[En savoir plus sur The Wall Street Journal ›](#)



Amélioration de l'expérience client

Le machine learning vous permet de mesurer et de prédire avec plus de précision les actions et les intentions des consommateurs, ce qui vous aide à maintenir l'intérêt des clients et à leur offrir davantage ce qu'ils veulent.

Recommandations de contenu personnalisées

La personnalisation permet d'offrir des expériences omnicanales en temps réel et personnalisées, comme l'attendent les consommateurs d'aujourd'hui. Le machine learning permet d'analyser des données disparates de manière à prédire le comportement des consommateurs et à leur proposer des contenus personnalisés.

Pour rester compétitives, les entreprises de médias doivent aujourd'hui personnaliser le contenu pour tous les utilisateurs, même ceux qui viennent juste de s'inscrire. Grâce à **Amazon SageMaker**, **iHeartMedia** analyse les informations d'abonnement pour créer une expérience d'écoute personnalisée en temps réel, réduisant ainsi le taux de désabonnement et améliorant l'expérience utilisateur.



Modération du contenu, conformité et contrôle de la qualité

Le machine learning vous permet de modérer le contenu généré par les utilisateurs à grande échelle, en permettant la détection et la censure automatiques des contenus inappropriés. Il peut également détecter et pixeliser les visages capturés accidentellement pour préserver la vie privée, par exemple dans les flux d'informations et les vidéos de sécurité.

Flipboard avait besoin d'une solution automatisée pour détecter les violations de contenu parmi une base de données de 1,2 milliard d'images et de vidéos provenant de sources externes chaque année.

Amazon Rekognition fournit à Flipboard une taxonomie de modération robuste avec peu de fausses alarmes, pour empêcher plus efficacement le contenu indésirable, en interceptant en moyenne 63 000 images et vidéos par jour. En raison de la baisse des taux de faux positifs, la charge de travail des modérateurs humains et les coûts opérationnels ont également diminué.



Augmentation de l'engagement des fans

Vous pouvez utiliser les pouvoirs prédictifs du machine learning pour créer des moyens nouveaux et uniques d'engager votre public, permettant à vos fans d'avoir l'impression d'être au cœur de l'action.

Pendant chaque course de **Formule 1**, 120 capteurs sur chaque voiture génèrent 3 Go de données et 1 500 points de données sont générés chaque seconde. La Formule 1 utilise **Amazon SageMaker** pour transformer ces données en informations qui fascinent ses 500 millions de fans dans le monde entier, qu'il s'agisse de prédire en temps réel l'issue d'une course ou de calculer les chances qu'a un pilote d'en dépasser un autre.



Optimisation des processus internes

Le machine learning peut également contribuer à rationaliser un certain nombre de processus internes, ce qui vous permet de réduire les coûts, d'augmenter la productivité et de vous concentrer davantage sur vos clients.

Analyse des médias, génération de métadonnées et balisage

En automatisant la création d'un riche index de métadonnées, le machine learning peut vous aider à répondre aux requêtes croissantes des utilisateurs. Avec un système de gestion des ressources numériques et médiatiques alimenté par le machine learning, il est plus facile et plus rentable de diffuser un contenu spécifique dans des délais plus courts et dans un plus grand nombre de formats.

NASCAR optimise les métadonnées avec Amazon Rekognition, Amazon SageMaker et **Amazon Transcribe**, ce qui permet d'économiser des milliers d'heures de recherche manuelle et de proposer des vidéos plus pertinentes aux fans. Le machine learning AWS aide NASCAR à fournir plus de contenu, à mieux innover dans sa proposition de services et à se mettre à l'échelle sans faire de compromis sur ses délais ou son capital.



Compréhension des scènes

Le machine learning permet d'identifier les acteurs, les joueurs et les personnages animés, tout en détectant des activités spécifiques (but, faute, accident de voiture, etc.), puis de créer automatiquement un découpage autour des séquences détectées, qui peut ensuite être envoyé aux monteurs.

Disney utilise le deep learning sur AWS pour comprendre les scènes des contenus animés, permettant ainsi aux créateurs de rechercher rapidement des contenus à l'aide de requêtes en langage naturel. La société utilise également les métadonnées ainsi obtenues à des fins de personnalisation, afin de fournir un contenu de plus en plus pertinent aux utilisateurs.

Sous-titrage et localisation multimédias

Le machine learning permet d'automatiser la création de sous-titres, de transcriptions et de traductions de contenu, réduisant ainsi le nombre d'heures de travail nécessaires à l'accomplissement de ces tâches, autrement très fastidieuses.

SyncWords, un service alimenté par l'IA qui fournit des sous-titres et des traductions automatiques, utilise **Amazon Translate** pour proposer une traduction en temps réel et des sous-titres multilingues aux émissions en direct dans 40 langues. La rapidité et l'efficacité de la solution AWS permettent à SyncWords de fournir ces services en réduisant les coûts de 75 % et avec une latence moindre.



Marketing et monétisation

Personnalisation et optimisation des annonces

Grâce au machine learning, vous pouvez diffuser des publicités personnalisées et optimisées dans les flux vidéo des abonnés en fonction des habitudes de visionnage et d'autres signaux.

Browsi, une plateforme qui permet aux éditeurs numériques d'optimiser automatiquement le placement des publicités, utilise **TensorFlow**, un cadre populaire de deep learning open-source sur Amazon SageMaker, pour prédire la probabilité qu'un placement publicitaire soit visionné en temps réel. Ces informations permettent aux éditeurs d'optimiser la diffusion des publicités, en veillant à ce que les bonnes publicités soient diffusées auprès des bons publics et au bon moment.

Des canaux de monétisation améliorées

Le machine learning permet de faire apparaître le contenu pertinent dans des parcours médias monétisés, tout en préservant l'expérience du consommateur.

News Corp Australia, la plus grande société de médias d'Australie avec une audience mensuelle de plus de 16 millions de personnes, utilise TensorFlow sur **Amazon SageMaker** pour prédire le nombre d'abonnements supplémentaires qu'un article d'actualité va générer. Cela permet à l'entreprise de déterminer plus intelligemment le contenu qui doit se trouver derrière un mur payant.



Commencer à maximiser la valeur de votre contenu dès aujourd'hui

Alors que la demande des consommateurs ne cesse de croître, le marché des médias numériques regorge d'opportunités. Votre défi consiste à attirer de nouveaux clients, à monétiser leur participation et à les fidéliser. AWS offre un certain nombre de solutions pour répondre à vos besoins et vous aider à diffuser du contenu de qualité de manière rentable à un public engagé.

Ajout d'intelligence à vos applications grâce à des services d'IA pré-entraînés

- Recommandations personnalisées ([Amazon Personalize](#))
- Vision par ordinateur ([Amazon Rekognition](#))
- Compréhension du langage naturel ([Amazon Comprehend](#), [Amazon Polly](#), [Amazon Transcribe](#), [Amazon Translate](#))
- Recherche d'entreprise ([Amazon Kendra](#))
- Détection des fraudes ([Amazon Fraud Detector](#))

Accélération du machine learning avec Amazon SageMaker

[Amazon SageMaker](#) aide les spécialistes des données et les experts à créer, entraîner et déployer rapidement des modèles de machine learning à grande échelle ou à créer des modèles personnalisés grâce à la prise en charge de tous les frameworks open source les plus populaires, comme MxNet, PyTorch et TensorFlow.

Tirer parti de solutions spécialement conçues pour le secteur M&E

Utilisez un outil adapté à votre tâche grâce à des solutions spécialement conçues et faciles à déployer, optimisées pour les flux de travail M&E. Ces solutions comprennent notamment [Media2Cloud](#), une solution automatisée d'ingestion de ressources vidéo et de balisage des métadonnées ; [AWS Content Analysis](#), une solution d'analyse vidéo pour la recherche, le sous-titrage et la traduction ; et [AWS Media Insights Engine](#), un processeur de flux de travail pour les services de machine learning AWS.

Comment démarrer ?

Trouver un partenaire M&E AWS ›

[Les partenaires AWS M&E](#) peuvent vous guider à chaque étape de votre parcours de machine learning. [Explorez nos solutions de media intelligence.](#)

En savoir plus sur le machine learning d'AWS pour le secteur M&E ›