

A jornada para uma cadeia de suprimentos de mídia moderna

Os benefícios de uma cadeia de suprimentos de mídia otimizada e baseada em nuvem, e o que é necessário para chegar lá

Sumário

- 02 O consumidor é agora o rei? →
- 03 Como chegamos aqui? →
- 05 Problemas à frente →
- 06 A vantagem da infraestrutura →
- 07 Repensando sua cadeia de suprimentos →
- 08 A flexibilidade da cadeia de suprimentos garante agilidade comercial →
- 10 O caminho para a transformação →
- 12 O SDVI Rally impulsiona a transformação empresarial →
- 13 O Rally em ação →
- 14 Por que SDVI? >



O consumidor é agora o rei?

A indústria de mídia está passando por uma transformação radical, pois a explosão de novas plataformas de mídia e opções de visualização deu origem a uma dinâmica competitiva totalmente nova. Os consumidores de hoje têm mais opções do que nunca quando se trata de consumir conteúdo. Eles estão rodeados por numerosas plataformas de entrega, centenas de fontes de conteúdo, e vastas bibliotecas com milhares de títulos.

Já não é suficiente ter um excelente conteúdo. O sucesso das empresas de mídia exige uma experiência do consumidor que facilite a busca e o consumo de conteúdo em qualquer dispositivo. Os consumidores têm cada vez mais poder de decisão, e exigem serviços que sejam fáceis de usar e que simplifiquem a busca do conteúdo que desejam. Uma pesquisa recente da PwC confirma que ter um ótimo conteúdo fica atrás desses outros dois fatores quando se trata do que os consumidores desejam. [Veja o gráfico à direita.]

O que é necessário para ter sucesso?

Embora essa transformação da indústria gere oportunidades significativas, ela também exige uma transformação comercial: novos sistemas, novos conjuntos de habilidades e novas formas de fazer negócios.

Para alcançar e manter uma vantagem competitiva, você deve fornecer tanto um ótimo conteúdo quanto a experiência do consumidor que seus clientes desejam. E hoje em dia, sua capacidade de oferecer uma experiência excepcional ao cliente depende muito da agilidade, eficiência e inteligência fornecidas por sua infraestrutura técnica. Você deve estar pronto para se adaptar ou correr o risco de ficar para trás.

Que fatores atraem os consumidores aos serviços de streaming?

É fácil de usar

55%

Sempre encontro algo que quero assistir
35%

A qualidade do conteúdo é excelente
27%

Posso assistir televisão ao vivo
24%

Oferece uma experiência muito relaxante
19%

Fonte: Pesquisa de vídeo PwC Consumer Intelligence Series 2021.





P. Queremos saber por que você usa [X SERVICE] com mais frequência. Na lista abaixo, ordene os motivos que influenciam o porquê, do mais influente ao menos influente. Ordene o 1º/2º/3º lugar.

Como chegamos aqui?

Aparentemente, da noite para o dia a indústria da mídia mudou. Impulsionadas tanto pelas mudanças na demanda dos consumidores quanto pela dinâmica competitiva, as empresas de mídia enfrentam uma transformação que afeta o próprio núcleo de seu negócio.



Expansão dos requisitos de entrega

Durante décadas, a distribuição de mídia se concentrou na aquisição e preparação de conteúdo para exibição em canais de televisão tradicionais. Hoje, com serviços over-the-top para dispositivos móveis, tablets, computadores e smart TVs, o que costumava ser uma saída agora se tornou centenas de saídas.



Novas expectativas dos consumidores

Os consumidores podem assistir mais TV na hora que quiserem, maratonam séries e assistem a mais mídias de formato curto em seus dispositivos móveis. Eles também estão cansados de escolher o que assistir, passando quase tanto tempo procurando por conteúdo quanto assistindo a ele.



Aumento da demanda por conteúdo

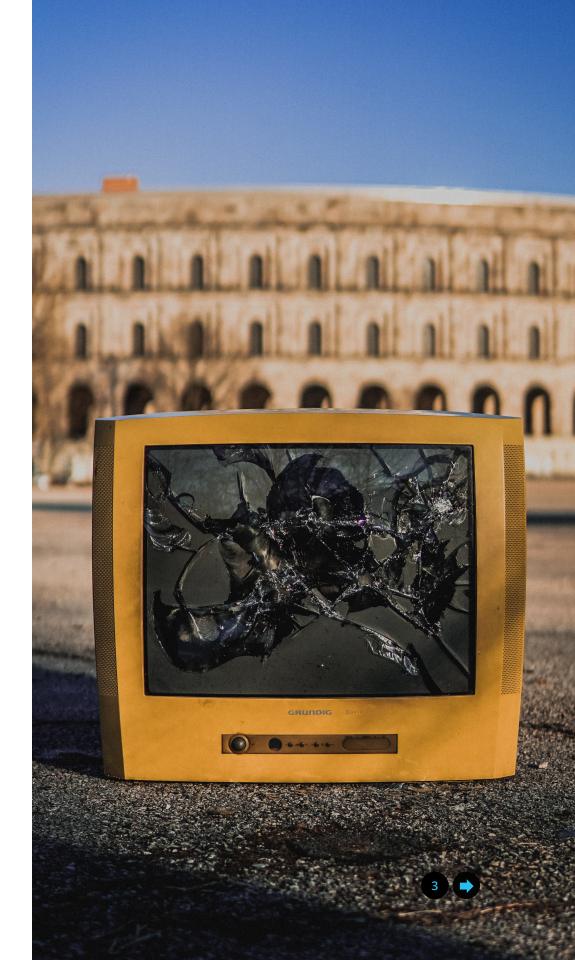
As organizações experientes estão agora criando novas ofertas diretas ao consumidor (D2C) para estabelecer suas próprias relações com os clientes. Mas para manter a atenção dos espectadores são necessárias imensas e atraentes bibliotecas de conteúdo disponíveis sob demanda.



Modelos de negócios em evolução

As organizações de mídia estão repensando seus modelos de negócios para melhor se alinharem a esses novos modelos de distribuição e modos de consumo. Novos pacotes e parcerias de distribuição estão ajudando as organizações a expandir seu acesso aos consumidores por meio de assinaturas diretas e planos com anúncios.







"Passamos da entrega de 1.500 ativos de mídia por ano para nosso sistema de playout linear em apenas 6 destinos diferentes para agora distribuir mais de 150.000 pacotes, com vários ativos de mídia em cada pacote, para mais de 200 destinos no mesmo período de tempo. Isso sobrecarregou nossas instalações on-prem que foram originalmente projetadas para fluxos de trabalho de baixo volume e altamente personalizados. Tivemos que mudar o modelo."

Don Jarvis Vice-presidente Sênior, Engenharia e Tecnologia Global





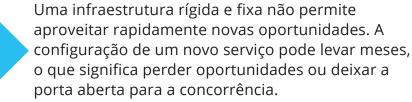
Problemas à frente

A infraestrutura de mídia tradicional foi construída para um mundo mais simples. Mas as organizações de mídia agora enfrentam uma pressão contínua para fornecer mais conteúdo, para mais destinos, a um custo menor e com menos recursos para realizar o trabalho. A infraestrutura tradicional, rígida, ineficiente e não competitiva, não foi projetada para acompanhar as mudanças do mercado.

O que está em risco?

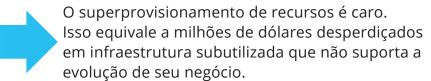
Resposta lenta

Os sistemas legados têm capacidade limitada para mudar seus fluxos de trabalho ou ferramentas. Os ativos físicos são difíceis de mover ou reatribuir.



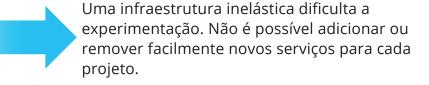
Ineficiente

A infraestrutura tradicional on-premise deve ser dimensionada para o pico de demanda e, depois, duplicada ou triplicada para redundância.



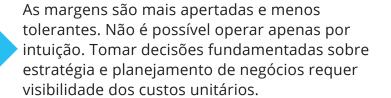
Limitada

Os sistemas tradicionais têm capacidade fixa para as cargas de trabalho existentes, tornando difícil adicionar novas cargas de trabalho ou experimentar novas ofertas.

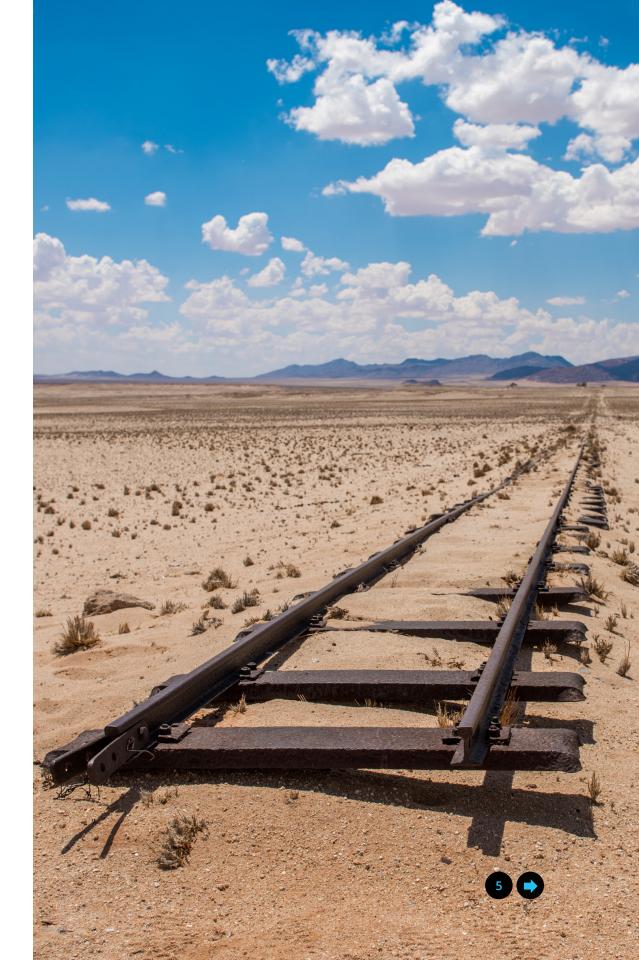


Sem visibilidade

A falta de visibilidade do verdadeiro custo unitário torna a alocação de custos impossível.









A vantagem da infraestrutura

As organizações de mídia devem equilibrar a busca da receita (ainda significativa) da televisão linear enquanto competem com uma série de novos D2C cloud-first. Esses novos competidores têm o luxo de concentrar seus gastos em conteúdo e criar uma experiência atraente para o cliente, em vez de construir e gerenciar a infraestrutura.

Mas para muitas empresas de mídia, o broadcast linear ainda é o principal gerador de receita, mesmo quando as ofertas OTT D2C estão crescendo. Esses ambientes mistos são complexos, o que aumenta ainda mais a necessidade de uma infraestrutura ágil o suficiente para suportar os modelos de negócios emergentes e, ao mesmo tempo, eficiente o suficiente para maximizar a rentabilidade de todas as linhas de negócios.

A monetização do conteúdo em todas as plataformas através das quais os consumidores querem consumi-lo só é possível com uma infraestrutura responsiva que otimiza a utilização e permite que os operadores trabalhem de forma mais eficiente.

As organizações devem agora valorizar sua pilha de tecnologia como um componente-chave de sua vantagem competitiva. Elas precisam de uma cadeia de suprimentos de mídia que seja:



Ágil: responsiva às mudanças nas cargas de trabalho e às novas oportunidades



Eficiente: sempre do tamanho adequado para o trabalho em questão



Inteligente: orientada por dados para tomar decisões bem fundamentadas







Repensando sua cadeia de suprimentos

Uma verdadeira cadeia de suprimentos de mídia é mais do que apenas o gerenciamento de ativos e fluxos de trabalho. A otimização empresarial de uma cadeia de suprimentos de mídia abrange todas as etapas, desde o ingest até a entrega, reunindo ativos, recursos, tarefas e processos para fornecer uma visão global de todo o tempo e custos relacionados às operações da cadeia de suprimentos.

Dessa forma, a metodologia moderna da cadeia de suprimentos de mídia permite às organizações ir além do gerenciamento de ativos para também gerenciar o esforço, fornecendo informações para identificar ineficiências e impulsionar melhorias incrementais contínuas. É um jogo constante de iteração e otimização, fazendo muitas pequenas mudanças para obter uma vantagem competitiva.

Com os avanços em inteligência artificial (IA) e aprendizagem automática (ML) que oferecem uma autonomia sem precedentes, a cadeia de suprimentos de mídia está avançando rapidamente em direção a um mundo no qual fornecedores e distribuidores de conteúdo podem se conectar para acelerar o transporte automatizado de conteúdo através de uma cadeia de suprimentos estendida.

Progressão digital da cadeia de suprimentos de mídia



Descritiva

Observabilidade em tempo real em todas as etapas da cadeia de suprimentos

- Onde estão meus gargalos? Onde estão acontecendo os
- erros?



Preditiva

Adoção da análise do Big Data para modelar custos e

- Quanto custará processar uma nova biblioteca de conteúdo? Esse acordo de conteúdo faz



Prescritiva

Mudança para o aprendizado supervisionado, feedback em tempo real

- Envio de conteúdo do fornecedor XYZ para um transcodificador específico para evitar erros
- Uso de ML para identificar cenas que precisam de revisão humana



Autoaprendizagem

Uso consistente de ML para impulsionar a tomada de decisões

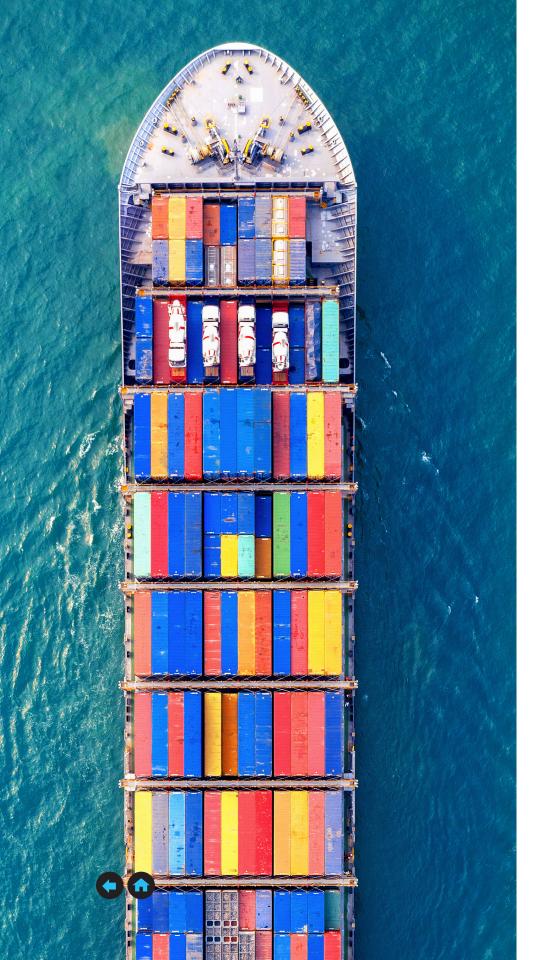
- Os distribuidores "extraem" o conteúdo dos fornecedores em vez de "recebê-lo".
- O conteúdo é sempre recebido exatamente no formato e embalagem necessários

Automação

Valor







A flexibilidade da cadeia de suprimentos garante agilidade comercial

Uma cadeia de suprimentos de mídia moderna e baseada em nuvem libera sua equipe para inovar mais rapidamente, capitalizar novas oportunidades de receita e tomar melhores decisões.



Chegue mais rápido ao mercado

As soluções baseadas em nuvem aceleram o projeto e a implementação. Rápida iteração e implementação sem a necessidade de aquisições, hardware ou integração de sistemas.



Foco na Inovação

A plataforma como serviço (PaaS) permite que você transfira recursos internos, mão de obra e recursos técnicos para otimizar suas cadeias de suprimentos em vez de gerenciar a infraestrutura.



Previsibilidade de custos

Pague por minuto de conteúdo por serviço para uma completa previsibilidade de custos e prestação de contas.



Aumente ou diminua a escala sob demanda

Os serviços da plataforma permitem o provisionamento dinâmico de recursos e o dimensionamento baseado na demanda para se adaptar automaticamente às flutuações da demanda.



Use a ferramenta adequada

Melhore a consistência e minimize os erros humanos com o processamento automatizado. As plataformas nativas da nuvem podem ajudá-lo a escolher e usar sempre a ferramenta adequada para cada trabalho.



Aumente a produtividade

Use a IA e ML para permitir que os operadores se concentrem apenas nas exceções que importam, aumentando significativamente a produção.



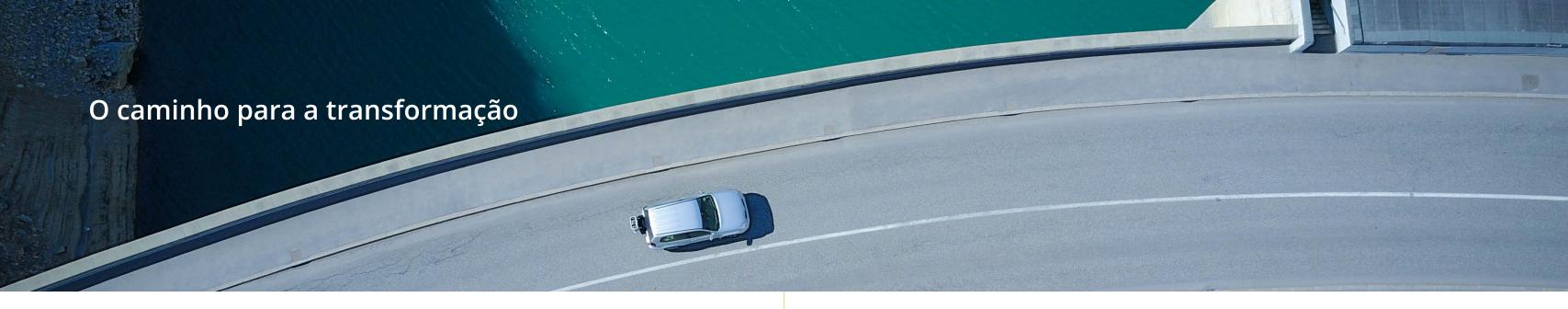


"Habilitar uma cadeia de suprimentos de mídia baseada em nuvem nos forneceu a escala, segurança, qualidade, confiabilidade e tempo que precisávamos para uma transformação comercial global e o lançamento da HBO Max."

Stefan Petrat Vice-presidente Executivo, Soluções de Tecnologia de Mídia **Warner**Media







Defenda a causa

As empresas que realizaram com sucesso a transformação de sua própria cadeia de suprimentos começaram com foco no alinhamento organizacional em todas as áreas, de operações a finanças, engenharia e TI. Também perceberam que as transformações não acontecem sem liderança executiva.

A maioria das organizações compreende a ameaça existencial que enfrentam se não se modernizarem. Elas sabem que precisam mudar, mas a mudança traz incerteza.

Os líderes de mídia bem-sucedidos defenderam sua visão a ajudaram a equipe e os departamentos a entender a importância de seu papel na nova e otimizada cadeia de suprimentos de mídia.



2 Faça um plano

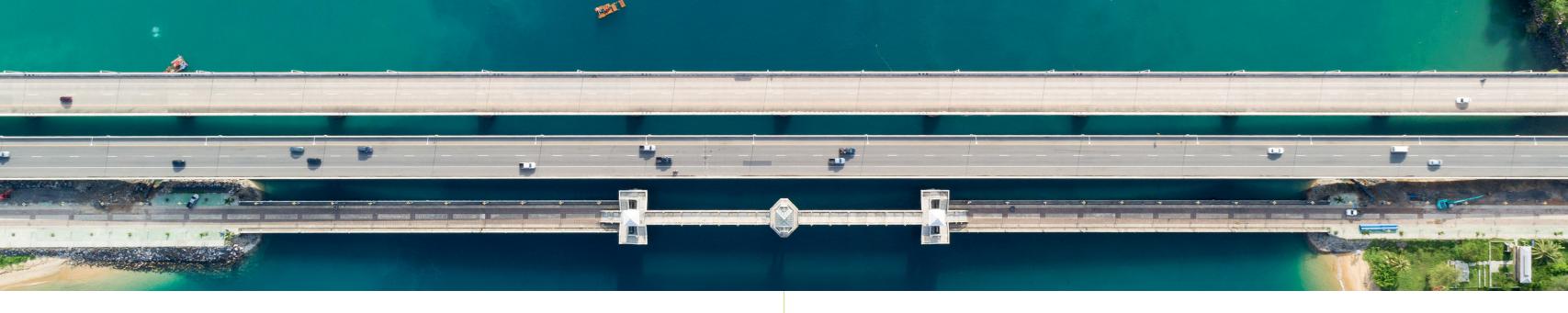
Uma vez que as partes interessadas estejam alinhadas com uma visão comum, é importante ter a estrutura, a equipe, as habilidades e os processos adequados para uma transformação comercial bem-sucedida.

Aqueles que passaram por essa transição adotaram uma nova abordagem que incluiu:

- Adquirir novas habilidades. Os novos modelos comerciais e mecanismos de entrega exigiam novos conjuntos de habilidades, incluindo operações de desenvolvimento, IA/ML e expertise em experiência do consumidor.
- Adotar uma mentalidade ágil. Desenvolveram um viés de ação e iteração para impulsionar a melhoria contínua.
- Adotar a nuvem. Mesmo que seu negócio não tenha nascido na nuvem, eles o transformaram em nativo da nuvem para aproveitar os preços baseados no consumo, a escalabilidade da infraestrutura em nuvem e ferramentas inovadoras como a IA e a ML.
- Criar uma cultura de colaboração. Incentivaram a colaboração e a comunicação frequente entre as equipes para garantir a otimização em toda a cadeia de suprimentos.







Escolha o caminho certo

A transformação pode ser assustadora, e não se engane, nem sempre é fácil. Mas não precisa ser feita de uma só vez. As empresas de mídia que seguiram esse caminho e tiveram sucesso em sua transformação adotaram uma abordagem gradual:

- Não tente fazer tudo de uma só vez. As organizações que iniciam seu processo de modernização podem falhar antes mesmo de começar pensando que precisam modernizar toda a cadeia ao mesmo tempo.
- Comece pequeno. Uma solução de gerenciamento da cadeia de suprimentos pode se integrar aos seus sistemas atuais, permitindo que as operações comecem a melhorar de forma gradual. Comece com um único caso de uso, por exemplo o ingest. O simples fato de ter o ingest na nuvem pode ter resultados imediatos enormes e um impacto duradouro.
- Sinta-se confortável ao iterar. Uma cadeia de suprimentos não é algo que você projeta e executa uma única vez. A iteração e a melhoria gradual em um processo levam a um melhor ponto de partida para as próximas etapas da cadeia. Cada etapa subsequente se beneficia das melhorias feitas antes dela.





Pense moderno

Diversos relatórios mostram que as organizações que adotam a transformação digital superam amplamente seus concorrentes: obtêm melhorias significativas na eficiência, crescimento da receita, qualidade dos produtos e serviços, satisfação do cliente e engajamento dos funcionários, além de um foco maior no crescimento e inovação.1

Para as organizações de mídia, a modernização da cadeia de suprimentos é fundamental para qualquer iniciativa de transformação digital. As principais considerações são:

- Automação: a capacidade de implantar IA e ML para obter autonomia significa menos tempo gasto em tarefas repetitivas e monótonas e mais tempo para desenvolver a experiência do consumidor.
- Dados: são essenciais para treinar algoritmos de IA e ML, entender o custo real do conteúdo e avaliar novas oportunidades de negócios.
- **Preparação para o futuro:** a capacidade de aproveitar os serviços de aplicações sob demanda e em qualquer escala permite obter receita e vantagem competitiva mais rapidamente.





O SDVI Rally impulsiona a transformação empresarial

A plataforma SDVI Rally para cadeias de suprimentos de mídia baseadas em nuvem está ajudando as empresas de mídia a repensar a maneira como trabalham, desde o ingest e processamento de conteúdo até a entrega. Com o Rally, sua infraestrutura se torna um diferencial competitivo, permitindo que você se adapte melhor às tendências da indústria.



Otimização da cadeia de suprimentos de mídia

O Rally impulsiona a otimização contínua, fornecendo automação, observabilidade e dados para permitir a melhoria constante.

Aumente a produtividade automatizando tarefas repetitivas e designando pessoas onde elas realmente agregam valor.



Visibilidade e modelagem

Obtenha visibilidade do valor e dos custos dos recursos para poder avaliar e responder rapidamente a novas oportunidades. Use modelos para entender suas alternativas antes de iniciar novos projetos de conteúdo.



Provisionamento dinâmico de recursos

O Rally implementa e dimensiona os recursos e aplicações conforme a necessidade. À medida que seus volumes aumentam, sua cadeia de suprimentos responde automaticamente para atender à demanda, com uma lógica para evitar taxas de processamento em nuvem não planejadas.



Análises e perspectivas

O Rally oferece relatórios de custos detalhados para cada processo individual, permitindo que você veja exatamente o que foi gasto em cada item de conteúdo. A análise e a previsão de custos claras e confiáveis permitem tomar decisões inteligentes.



Fornecedores sob demanda

O Rally oferece acesso a suas aplicações preferidas de terceiros para transcodificação, controle de qualidade, normalização e outras aplicações de processamento de mídia. Elimine as limitações e tenha a liberdade de escolher as melhores ferramentas a qualquer momento.



Segurança e controle

Proteja seus dados com criptografia em trânsito e em repouso, PaaS privada com firewall e SSO. O Rally garante a segurança da era da nuvem com a certificação SOC-2.



O Rally em ação



A A+E Networks usa o SDVI Rally para distribuir mais de 150.000 pacotes, com vários ativos de mídia em cada pacote, para mais de 200 destinos por ano.

"As propriedades elásticas e ágeis do modelo em nuvem nos permitirão realizar a distribuição em grande escala ao menor preço e no menor tempo possível. Isso nos permitirá pivotar a cadeia de suprimentos rapidamente para cumprir quaisquer novos objetivos comerciais."

 Don Jarvis, Vice-presidente Sênior de Operações e Engenharia de Broadcast Global da A+E Networks

Mais informações



A Comcast Technology Solutions escolheu o SDVI Rally para trazer novas perspectivas e visibilidade para sua cadeia de suprimentos de mídia.

"Quando vamos assinar novos acordos de conteúdo e lançar novos serviços, sabemos exatamente quais serão nossos custos e podemos incluir essas informações no acordo e em nosso lançamento."

 Bart Spriester, Vice-presidente e Gerente Geral de Soluções de Fornecedores de Conteúdo e Streaming da Comcast Technology Solutions (CTS)

Mais informações

Warner Media

A WarnerMedia implantou o SDVI Rally para otimizar a masterização de conteúdo padronizando os formatos de entrada e criando masters para suportar qualquer variante de distribuição.

"Habilitar uma cadeia de suprimentos de mídia baseada em nuvem nos forneceu a escala, segurança, qualidade, confiabilidade e tempo que precisávamos para uma transformação comercial global e o lançamento da HBO Max."

Stefan Petrat, Vice-presidente
 Executivo de Soluções de Tecnologia
 de Mídia da WarnerMedia

Mais informações





Por que SDVI?

Criado para usuários

O SDVI Rally foi criado em colaboração com algumas das maiores e mais inovadoras empresas de mídia do mundo, incluindo a Fox, Discovery e WarnerMedia.

Pronto para seus usuários

O Rally é robusto o suficiente para os ambientes de mídia mais exigentes, e flexível o suficiente para que empresas de todos os tamanhos desfrutem de agilidade, melhorem a eficiência e escalem sem limites, ao mesmo tempo em que obtêm informações sem precedentes sobre o conteúdo.

Quando você deixa para trás as infraestruturas inflexíveis do passado e começa a aproveitar a economia da nuvem e o gerenciamento autônomo da cadeia de suprimentos, as possibilidades são infinitas.







70% MAIS

rápido para chegar ao mercado e 85% de economia de custos² 83% MAIS

rápido no processamento de conteúdo por menos de 10% do custo³ 80% MAIS produtividade humana para tarefas

de ingest⁴

Para obter mais informações, visite **www.sdvi.com**, ou envie um e-mail para **info@sdvi.com**.

