

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 9 juillet 2018



Médiamétrie lance sa solution de Data Checking pour valider la qualité des bases de données clients

Moins d'un an après la création de son comité Data, Médiamétrie concrétise l'un de ses projets d'envergure dans ce domaine avec le lancement de sa solution de « Data Checking » (vérification de données).

Le Data Checking permet de valider la qualité de bases de données d'éditeurs, d'opérateurs ou d'annonceurs (CRM, transactionnelles) en les croisant avec la base des « panels de référence » de Médiamétrie. Ces panels, audités par le CESP et riches de plus de 320 000 contacts qualifiés (âge, genre, CSP...), sont établis dans le respect du Règlement Général pour la Protection des Données (RGPD).

La validation opérée par Médiamétrie fournit deux indicateurs :

- le diagnostic qualité ou « Indice Kappa », établi par variable et qui permet, sur tout critère commun aux 2 bases, d'étalonner la qualité de la base étudiée par rapport à une norme ;
- le Taux de Concordance stricte avec la base de référence Médiamétrie.

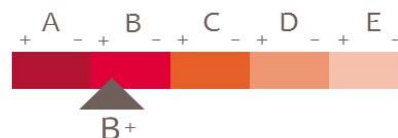
Rapport Data Checking - Médiamétrie



CRITÈRE DU GENRE
Base client : XXXXXXXXXX
3 687 000 emails

Diagnostic qualité : indice de KAPPA

Le diagnostic Kappa de la base sur le critère du genre indique une note de B+ (bonne qualité)



Taux de concordance Médiamétrie

Résultat global :



85% des genres indiqués dans la base «...» sont validés dans la base de référence Médiamétrie Data Checking

Résultats détaillés :

Genre	Correct	Incorrect
Homme	85%	15%
Femme	80%	20%

Dans 80% des cas, le genre indiqué « Femme » est correct.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Médiamétrie lance sa solution de Data Checking pour valider la qualité des bases de données clients

Avec cette solution, les clients de Médiamétrie peuvent ainsi :

- Hiérarchiser leurs bases de données internes en fonction de leur qualité
- Contrôler et comparer la qualité de bases de données issues de partenaires, fournisseurs...
- Valider des bases pouvant compter plusieurs dizaines de millions d'utilisateurs avec une précision statistique garantie
- Améliorer leurs datas en supprimant leurs bases de données les moins pertinentes
- Disposer du « label » Médiamétrie, gage de qualité et de confiance pour une utilisation à des fins publicitaires ou commerciales

Estelle Duval, directrice Data Business chez Médiamétrie, complète :

« Nous venons d'achever la vérification de 4 bases de données de natures très variées (déterministes, modélisées, CRM, transactionnelles). Les entreprises avec lesquelles nous travaillons sont convaincues de la nécessité d'un tel outil pour développer la confiance du marché. Avec Data Checking, le comité Data avance vers son objectif d'établir, par un tiers de confiance indépendant, un standard de qualité de la Donnée en France. »*

* données CRM (Customer Relationship Management) : données collectées dans le cadre de la relation entre une entreprise et ses clients

données déterministes : informations individuelles recueillies de façon déclarative, elles sont souvent socio-démographiques : genre, âge, commune...

données modélisées : données estimées à partir de modèles fonctionnant sur des données déterministes ou comportementales

données transactionnelles : données que possède un commerçant sur ses clients et qui proviennent du comportement d'achat.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93M€.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Facebook : Médiamétrie

Contacts Presse :

Benoit David

Tél : 01 71 09 93 18

bdavid@mediametrie.fr

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : 01 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr