

Normes DAR

Périmètre

11 300 observations pour un total de 4 000 campagnes
55 cibles socio-démographiques normées
Période du 1^{er} novembre 2013 au 31 mai 2018
Univers de référence : France entière (INSEE)

Calculs

Pondération des résultats par le volume d'impressions

Définitions

Taux d'impressions sur cible : nombre d'impressions sur cible étudiée / nombre total d'impressions de la campagne x100

Nielsen Digital Ad Ratings

Un outil pour mesurer vos campagnes digitales au quotidien

Bénéfices

- ▶ **Mesure sur tous les écrans** : ordinateur et mobile (smartphone et tablette, applications et sites).
- ▶ **Des indicateurs médias sur cible** : couverture, répétition, visibilité en option, selon emplacement, création...
- ▶ Une mesure **accréditée** par le Media Rating Council et **auditée** par le CESP en France
- ▶ **Simplicité d'utilisation** : interface intuitive avec possibilité d'intégrer les résultats DAR via une API.
- ▶ Disponible **dans 35 pays**.

Spécificités

- ▶ Résultats disponibles dès **5 000 impressions délivrées**.
- ▶ **198 cibles** socio-démographiques disponibles (âge x sexe).

Pour aller plus loin

- ▶ **Analyses sur des cibles additionnelles** : performances d'une campagne web sur cible(s) du panel d'audience de Médiamétrie NetRatings et cibles Homescan de Nielsen.
- ▶ **XCR** : mesure des complémentarités TV/Web (prise en compte IPTV possible).
- ▶ **Post-tests** : impact des campagnes sur l'image des marques.
- ▶ **Analyses de parcours de surf et de search** : Création de clusters d'audience ou de clusters de mots clés avec analyses de navigation de ces clusters sur le panel Médiamétrie//NetRatings

Nielsen Digital Ad Ratings

Normes Mai 2018

CONTACTS



Eglantine Dever
Directrice du département Advertising Solutions
t. 01 47 58 94 61
edever@mediametrie.fr



Anne Pouria-François
Directrice d'études et de clientèle
t. 01 47 58 94 19
apouria@mediametrie.fr

www.mediapmetrie.fr

70 Rue Rivay - 92532 Levallois CEDEX - France

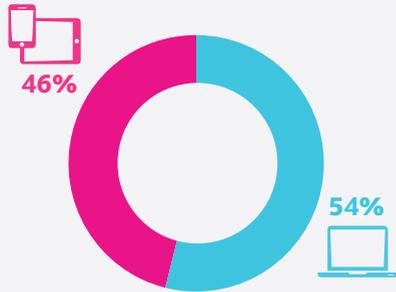
mediapmetrie // NetRatings

nielsen
.....

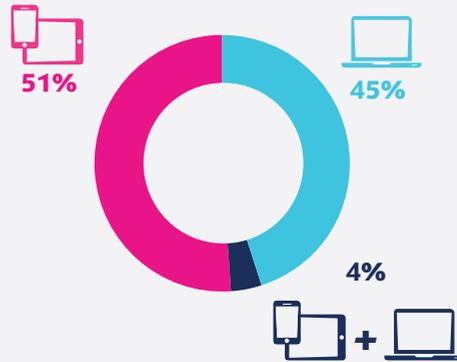
mediapmetrie // NetRatings

Part des écrans...

...dans les impressions diffusées



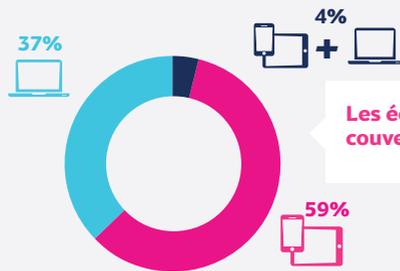
...dans les couvertures 2 ans et +



Périmètre : ensemble des campagnes agences depuis le 01/10/2015

Zoom sur les 25-49 ans : Mobile first

Part des écrans dans la couverture sur cible



Les écrans mobiles majoritaires dans la couverture 25-49 ans

Pour atteindre **30% de couverture sur les 25-49 ans**, il faut délivrer sur cette cible en moyenne **20 millions d'impressions Mobiles** ou **30 millions d'impressions Fixes**



Périmètre : ensemble des campagnes agences sur cible ensemble 25-49 ans depuis le 01/10/2015

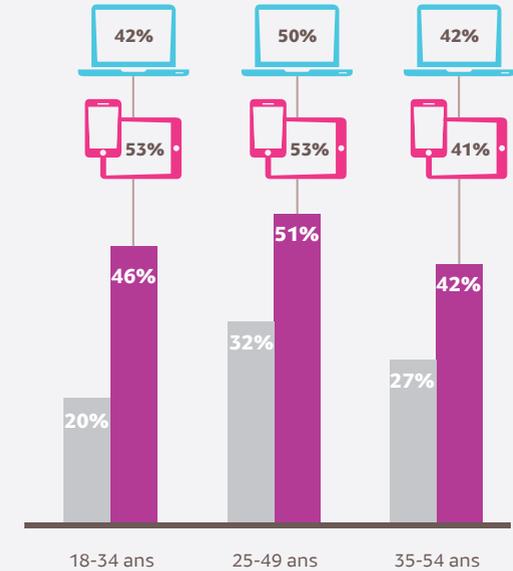
Taux d'impressions sur cible



Ensemble

■ Part dans la population française
■ Taux moyen d'impressions sur cible

Sur les campagnes ciblant les 25-49 ans, le taux moyen d'impressions sur cible est de 51%, alors qu'ils ne représentent que 32% de la population.



Périmètre : ensemble des observations sur cible prioritaire ensemble hors data-providers

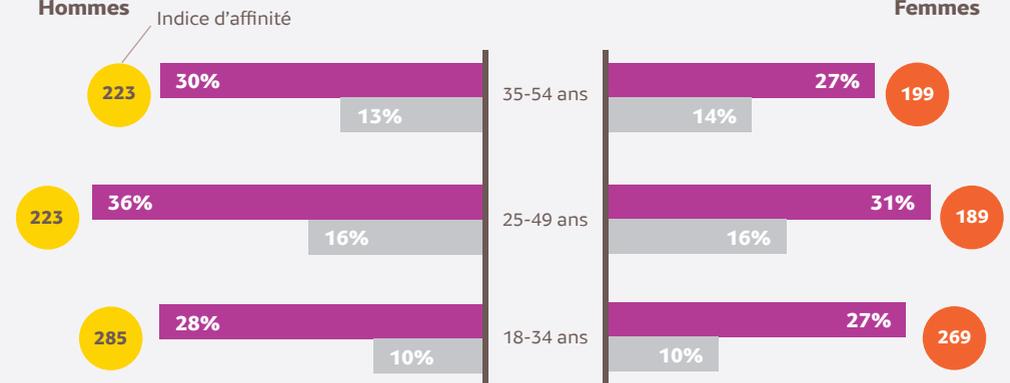


Hommes

■ Part dans la population française
■ Taux moyen d'impressions sur cible



Femmes



Périmètre : ensemble des observations sur cibles prioritaires Hommes-Femmes hors data-provider

L'indice d'affinité indique la proportion des impressions délivrées auprès de la cible prioritaire par rapport au poids de cette dernière dans la population totale (% impressions servies sur cible / % cible dans population totale) x 100