COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 29 septembre 2022

Mediametrie

Médiamétrie lance Cibles data, une nouvelle offre de cibles comportementales basées sur le surf réel des internautes

Quels sont les sites médias préférés des femmes intéressées par les cosmétiques bio ? Quels contenus vidéo regardent les adeptes de mode ? Quels sont les sites les plus en affinité avec les internautes en quête de placements financiers ?

Pour répondre à ces questions Médiamétrie lance Cibles Data, une nouvelle offre de cibles comportementales, fondées sur le comportement de surf réel des 25 000 panélistes de la mesure d'Audience Internet Global.

Cette nouvelle offre permet aux acteurs du marché - agences médias, régies publicitaires, annonceurs - d'aller au-delà du critère socio-démographique et d'affiner leur stratégie avec des cibles pertinentes déterminées en fonction de leur contexte de navigation sur internet, de leurs centres d'intérêts, de leurs intentions d'achat...

Médias/vidéo, intentionnistes, lifestyle, e-commerce, food, plusieurs dizaines de cibles sont déjà disponibles. D'autres pourront être constituées sur mesure. Elles seront restituées d'ici la fin de l'année puis chaque mois aux souscripteurs de la solution, dans l'interface Internet Global selon différents indicateurs (visiteurs uniques, affinité, temps passé...).

Selon Bertrand Krug, Directeur Digital & Presse de Médiamétrie : *« La fin des cookies ne signifie pas la fin des datas. Au-delà et en complément du socio démo, Médiamétrie analyse les audiences digitales à travers des cibles comportementales personnalisées établies sur la base d'observations réelles et en conformité avec le traitement des données personnelles.»*

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Médiamétrie lance Cibles data, une nouvelle offre de cibles comportementales basées sur le surf réel des internautes

Méthodologie et Périmètre de Cibles data

Les Cibles data sont construites sur les comportements de surf des 25 000 panélistes de la mesure d'Audience Internet Global, dont les écrans (ordinateur, mobile, tablette) sont mesurés automatiquement par meter. A partir d'une base mensuelle de plusieurs dizaines de millions de logs, Médiamétrie analyse les visites sur les sites, applications et URLs, à travers une nomenclature de 85 univers thématiques. Les mots-clés entrés dans les moteurs de recherche et le temps passé sont également pris en compte pour définir les cibles. Cette nouvelle offre basée sur des comportements observés permet d'analyser chaque mois les audiences et affinités de 6 000 sites et 1 000 applications à travers de multiples cibles stratégiques.

A propos de Médiamétrie, tiers de confiance pour une juste mesure

Médiamétrie s'engage à fournir à ses clients des mesures d'audience de référence communes et souveraines. Leader de la donnée et experte des médias, la société étend son expertise aux mesures des comportements vidéo, audio, cross-médias et à la mesure de l'efficacité publicitaire. Chaque jour, près de 1 000 collaborateurs élaborent et produisent la juste mesure d'aujourd'hui et de demain pour favoriser la libre décision des clients de l'entreprise en France et à l'international.
En 2021, le groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 105,1 M€ et traite plus d'un milliard de données chaque jour.

Plus d'informations : www.mediametrie.fr
@Mediametrie
Mediametrie.officiel
Médiamétrie

Consultez
+ de 500 définitions
sur Les Mots des Médias

Contacts Presse :
Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Juliette Destribats
Tél : 01 47 58 97 55
jdestribats@mediametrie.fr