
Offre Online Traffic Data Produits et services

Collecte des Online Traffic Data

- Les activités de recherche de Mediapulse incluent la mesure de la pénétration en ligne de brands, ou sites Web et apps. Sont mesurées en l'occurrence les brands (c.-à-d. les offres en ligne) annoncées par les éditeurs participant à la recherche et utilisées en Suisse. Leur utilisation est reconnue selon deux approches de mesure différentes, dont résultent deux types de données :
 - les Online Traffic Data, collectées au moyen d'un relevé complet basé sur le tagging des brands du côté des prestataires ;
 - les Online Audience Data, obtenues au moyen de la mesure de l'utilisation des offres par un appareil ad hoc (router meter) installé dans les ménages du panel Media du côté des utilisateurs.
- La mise à disposition et la publication des données d'utilisation d'une brand est liée à la conclusion d'un contrat de mesure.
- Les coûts totaux de la mesure sont répartis entre les éditeurs participant à la recherche selon un système basé sur le principe de solidarité, qui prévoit une contribution de performance (dépendante de l'utilisation de la brand).
- De plus amples informations sur la méthode de collecte sont disponibles sur la « Fiche méthodologique Online Data ».
- En cas d'intérêt, Mediapulse vous soumet volontiers une offre présentant les coûts de collecte par brand.

Accès aux Online Audience Data

Online Audience Data publiées

- L'outil « Tableau » est à la disposition du public sur le site Web de Mediapulse.
- Il permet d'analyser les Online Traffic Data sur une base quotidienne, en tant qu'agrégation des accès en ligne aux brands participant à la recherche, au niveau brut.



Richard Blatter

Sr. Partner Relations Manager
richard.blatter@mediapulse.ch
+41 58 356 47 60

Mediapulse SA
Weltpoststrasse 5
3015 Berne