

LA MISE EN MARCHÉ (DES MESURES) DE L'ATTENTION

Thomas Beauvisage
Orange Labs – dép. SENSE

Présentation à la Journée
« Culture et médias au défi
de l'attention », 21/09/2015

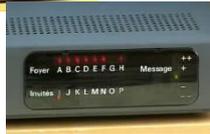


Mesurer l'attention pour la mettre en marché



- la *mesure d'audience* agit comme *currency* (Napoli, 2003) sur le marché publicitaire
- la qualité et l'étendue de la mesure, un compromis entre
 - coût de la mesure, technologie disponible
 - précision nécessaire
 - structure du marché (taille, nombre d'acteurs)
- *qu'apporte la numérisation ?*

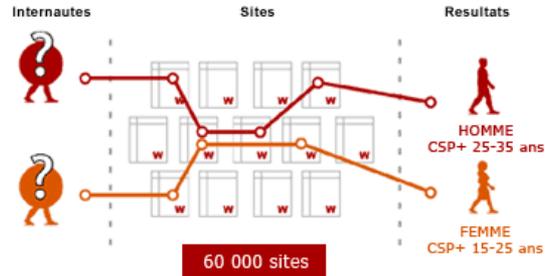
La mesure d'audience en ligne se calque initialement sur celle de la télévision



- une mesure incomplète
 - un modèle réduit de la population
 - un logiciel d'observation sur le PC du panéliste
- une mesure consensuelle et imparfaite
 - des métriques stabilisées : *page vue*, *visiteur unique*
 - des *qualités* stabilisées : âge, CSP...
 - situations monopolistiques (NetRatings ou comScore), imperfections acceptables
- la mesure est utilisée comme une anticipation :
 - mesurer la qualité de l'attention passée pour orienter le media planning

Innovations de la publicité en ligne

- des internautes suivis et ciblés en permanence
 - des outils de suivi du côté des ad-networks
 - décrire / estimer le profil de chaque internaute par ses traces
 - garantir la visibilité
 - vers l'attention *hic et nunc*



- mesurer les actions de l'internaute
 - découplage *branding* et *performance*
 - des métriques de tarification liées à l'action de l'internaute : CPC, CPL, CPA
 - de l'attention à intention d'achat

Démocratisation des outils de tracking

- l'annonceur aussi a des données
 - consultation de produits,
 - achats,
 - mobile : géoloc, beacon...

Recommandations pour vous en Fournitures de bureau



DURACELL Blister de 2 Piles bouton...
★★★★★ (11)
EUR 2,84
[Corriger cette recommandation](#)



Canon PG-510 Cartouche d'encre...
★★★★★ (147)
EUR 17,29 EUR 13,25
(EUR 22,08 / 100 g)
[Corriger cette recommandation](#)



Canon CL-513 Cartouche d'encre...
★★★★★ (98)
EUR 29,99 EUR 22,90
(EUR 32,71 / 100 g)
[Corriger cette recommandation](#)

[> Voir plus de recommandations](#)



Olympus 45 mm / F 1.8 M ZUIKO ...
€284,90



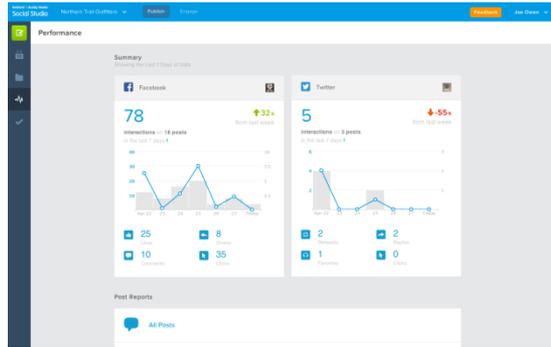
Olympus V311030SE000 ...
€285,80



Olympus E-M5 Appareil photo ...
€1.045,41

- la mesure d'attention, un élément de la mesure de l'efficacité
 - injecter la publicité les données du CRM et du comportement du consommateur
 - regargeting, ciblage, base de mails, etc
 - personnalisation, recommandation
 - l'attention disponible, qualifiée par les attentions passées

Prolifération des compteurs



- Médias sociaux : l'attention des foules, mesurée et mise en marché par les médias sociaux
 - une attention collective, reflet de l'engagement, de l'attachement aux marques et aux produits
 - un marché de l'e-réputation qui dépasse la question de la publicité
 - métrique indigènes : nb followers, nb fans, nb pins, nb vues, ratings...
- L'attention comme appréciation collective des marques et des produits

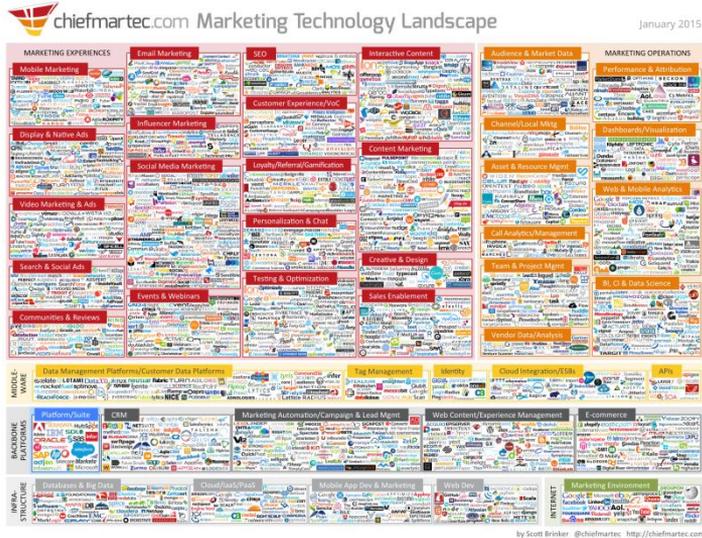
★★★★☆ 16 commentaires client

YouTube 4 136 091

👍 20 055 🗨️ 389

Enjeux et perspectives

- l'attention à double sens
 - une mesure où le marché observe et qualifie les consommateurs : marché publicitaire, marketing
 - des mesures rendant compte de la manière dont le client observe et s'exprime les marques : marché de l'e-réputation



- enjeux
 - pour la fabrique des métriques : consensus, circulabilité, équivalences vs. métriques des sites (Twitter, FB...)
 - pour les annonceurs : articuler ces différentes « attentions » de/à l'internaute
 - pour les supports médias : un élargissement du marché qui les menace ?

merci

thomas.beauvisage@orange.com