

<http://www.journaldunet.com/solutions/intranet-extranet/article/la-mesure-d-audience-s-attaque-aux-contenus-rich-media.shtml>

Economie | Management | e-Business | Solutions | Développeurs | Science | Votre high-tech | Emploi | NOUVEAU JDN Réseau

Séminaires | Etudes

Accueil
Vendredi 30 mai

JDN solutions

RECHERCHER

ANNUAIRES Sociétés Prestataires Carnet Encyclopédie Formations Fonds VIDÉO TRIBUNES CHIFFRES CLÉS LIVRES BLANCS RSS

MAGAZINE

Acteurs
Intranet-Extranet
DSI
Systèmes-Réseaux
Sécurité
Moteur -
référencement
Développement
Emploi, RH
CRM-Marketing
e-PME
Télécoms-FAI
Mobile
En bref
Actu économique
Vidéo

e-Tourisme
Séminaires

RUBRIQUES

Nominations
A lire ailleurs
Revue des faillies
Ils ont choisi
Versions
Nouveaux produits
Indicateurs
Témoignages
Sondages
Agenda
Livres blancs
Cartes de Voeux

Emploi|center

Mot-clé OK
Toutes les offres
Sopra
group
L'entreprise à
l'affiche

TOUS NOS ARTICLES

Dossiers
Enquêtes
Interviews
Panoramas
Reportages
Cas d'entreprise
Analyses
Décryptages
Chats
Avis d'expert

Mai 2008
Avril 2008
Mars 2008
Février 2008
Et avant
RSS 

ECONOMIE

Dirigeants
Reportages
Tendances
Business de...

MANAGEMENT

Journal du Net > Solutions > Intranet-Extranet > Mesure d'audience rich media

ARTICLE

La mesure d'audience s'attaque aux contenus rich media

30/05/2008

Vidéo, podcasts, streaming audio fleurissent sur les sites Web et les intranet. La mesure d'audience de ces nouveaux flux, elle, reste encore souvent réduite à la portion congrue.

 Envoyer  Imprimer

Si seulement la mesure d'audience de mes contenus rich media pouvait être aussi simple que celle de mes pages Web statique... Cet espoir, nombreux sont les responsables de sites Internet - et dans une moindre mesure intranet -, à vouloir qu'il se concrétise.

Pourtant, avec la mesure d'audience de pages Web d'antan, tout était (relativement) simple. Et la mise en place d'une solution de mesure de logs serveurs comme Webalizer ou Analog ou d'analyse par marqueurs/tags (Ucacthit, Google Analytics/Urchin...) servait à établir des indicateurs clés tel que le nombre de visiteurs uniques par mois ou encore le nombre de pages vues.

Or, la multiplication des contenus rich media (vidéo, Flash, streaming audio...) a naturellement fait évoluer les problématiques de la mesure d'audience. L'une des principales étant de parvenir désormais à trouver le moyen de qualifier la lecture d'un contenu rich media et non plus seulement de la quantifier.

"La technique de mesure d'audience consistant à s'appuyer uniquement sur les logs serveurs et sur la quantité de kilobits envoyés par un serveur média est dépassée car elle ne donne aucune indication sur le comportement de l'utilisateur", tranche ainsi Jean-Marc Merazian, directeur général de l'éditeur Nedstat.

"Certains lecteurs basés sur du Flash FLV embarquent des marqueurs de statistiques" (Francois Houste - LSF Interactive)

Et le directeur général de préciser : "pour cette raison, nous avons élaboré une technique basée sur le lecteur de contenus rich media et sur un code de mesure qui permet de savoir ce que l'utilisateur a précisément fait avec la vidéo, s'il l'a ouverte en grand format, consultée jusqu'au bout, le nombre de fois qu'il l'a jouée et aussi s'il a cliqué sur le lien contextuel contenu dans la vidéo".

Au-delà des efforts réalisés par les éditeurs de solutions de mesure d'audience, il semblerait qu'une voie parallèle puisse être suivie, consistant à mettre en place des développements spécifiques sur la base non pas de ses solutions de mesure de logs existants mais sur ses outils de diffusion de contenus rich media. Et ce, bien qu'elle s'avère loin d'être répandue.

"Certains lecteurs basés sur du Flash FLV embarquent des marqueurs de statistiques qui viennent alimenter une base de données personnalisées pour fournir des indicateurs dédiés, bien que le manque de normalisation des standards de diffusion Web comme peut l'être le format HTML pour la publication des pages Web constitue un frein certain à leur développement", analyse Francois Houste, directeur du référencement naturel chez LSF Interactive.

Avant de se lancer vers une mesure d'audience tous azimuts de ses contenus rich media, reste encore à bien délimiter le niveau de pertinence attendu et de juger de la nécessité de passer au crible de l'analyse comportementale l'ensemble de ses flux audio, vidéo ou animations Flash.

Si pour un site média, la finesse et l'exhaustivité d'analyse du mille-feuille de sa mesure d'audience pourra apparaître stratégique, cela ne sera pas nécessairement le cas avec celle des contenus rich media poussés au sein d'un intranet.

"La mesure d'audience des contenus dynamiques dans les intranets est une demande naissante qui commence à apparaître dans les appels d'offres. Reste toutefois à jauger de l'intérêt de s'intéresser à une progression de l'audience dans ce contexte particulier où l'on vise davantage la qualité des services offerts plutôt que l'analyse de la connaissance de l'intranetaute", analyse Hervé Astier, directeur général de l'agence Web Inexine.

En savoir plus

► Panorama : Les solutions d'analyse d'audience de sites Web
► Dossier : Numériser, gérer et publier ses contenus

Newsletters

b Solutions	Voir un exemple
b Journal du Net	Voir un exemple
b Emploi	Voir un exemple
b Développeurs	Voir un exemple
b Evénements et Etudes Benchmark	Voir un exemple
Votre email valider	

Toutes nos newsletters

Sondage

Que pensez-vous du cloud computing ?

☐ Cette approche décuple les possibilités de traitement offertes sur les terminaux

Tous les sondages



Manpower Professional, un cabinet de recrutement « nouvelle génération » exclusivement réservé aux cadres supérieurs.

Centrée autour des talents, notre ambition est de vous accompagner dans votre

professionnel.

Parce que votre talent mérite un agent.

PUBLI-INF

■ Dominique FILIPPONE, Journal du Net

<http://www.journaldunet.com/solutions/intranet-extranet/article/la-mesure-d-audience-s-attaque-aux-contenus-rich-media.shtml>

Fiches conseils
Gestion RH
Création d'entreprise
Formation

JDN Réseau
Votre nouveau
réseau professionnel
reseau.journaldunet.com

VOTRE HIGH TECH

Micro
Mobiles
Test connexion
Guides d'achat
Téléchargement

SCIENCE

Espace
Biologie/Santé
Environnement
Technologie

LINTERN@UTE
MAGAZINE

- Copains d'avant
- Cartes de vœux
- Journal des Femmes
- Actualités
- Fonds d'écran
- Galerie photos
- Vos livres
- Internet Pratique
- Photo numérique
- Recettes de cuisine

ANNUAIRES

Sociétés
Prestataires
Carnet
Hotspots Wi-Fi
Agences médias
Lobbies
Fonds
Logiciels pro
Formations
Encyclopédie

CONTACTS

Newsletters
Contacts
Publicité

Benchmark

- Benchmark.fr
- Séminaires
- Etudes
- e-Tourisme
- e-Commerce
- e-Banking
- Video, rich media
- Web 2.0
- Publicité et marketing online
- Marketing sur mobiles
- Forum
- Strat. Internet
- Analyse de site

SUR L'INTERNAUTE

Week-End
Restaurants
Cinéma
Musique
Humour
Voyage
Automobile
Prénoms
Horoscope

JDN Solutions

Envoyer

Imprimer

Haut de page

Liens commerciaux

XiTi Analyzer: One-to-one

Segmentation web analytics Test gratuit
www.xiti.com

biometrie

contrôle d'accès, gestion du temps première pointeuse biométrique wifi
www.timecard.fr

Solutions PME ORACLE

Pour une entreprise performante et évolutive - En savoir plus
www.oracle.com/global/fr/pme

COMPARATEUR

✈ Vols : trouver le meilleur prix

Ville de départ
Ville d'arrivée
Départ le 31 Mai 2008
Retour le 07 Juin 2008

Nombre de places

Adultes 1
Entre 2 et 11 ans 0
Moins de 2 ans 0

[Recherche avancée](#) | [Comparer les prix "Voyages"](#)

<http://www.journaldunet.com/solutions/intranet-extranet/article/la-mesure-d-audience-s-attaque-aux-contenus-rich-media.shtml>

Histoire
Comparer les prix
Test QI
Télévision
Pages jaunes

Sites BENCHMARK GROUP : [Le Journal du Net](#) actualité économique et high-tech [L'Internaute](#) magazine et loisirs [Le Journal des Femmes](#) magazine féminin
[Benchmark Group](#) études et formations [Emploi Center](#) offres d'emploi, cv [Copains d'Avant](#) portail communautaire [Week 2](#) version en anglais

[Newsletter](#) [Qui sommes-nous ?](#) [Contact](#) [Publicité](#) [La société](#) [Presse](#) [Recrutement](#) [Données personnelles](#) [Mentions légales](#)