

MACH ALL-IN-ONE – TOUTES LES ÉTUDES EN UN CLIC

Depuis la publication d'automne 2020, la possibilité d'analyse «All-in-One» est disponible sur le portail NEXT>LEVEL. Cette nouvelle fonctionnalité permet à l'utilisateur d'afficher, pour une date de publication donnée, toutes les études média-marché groupées pour lesquelles il a acheté une licence. Cette nouveauté donne une valeur supplémentaire aux études, et le processus de planification faisant appel à plusieurs études se trouve simplifié.

Jeu de données global

Les options «MACH All-in-One» et «MA Strategy All-in-One» sont disponibles. Avec les publications d'automne 2020 et de printemps 2021 et en fonction des licences qu'il a achetées, l'utilisateur dispose des jeux de données suivants:

MACH All-in-One 2020-2

(à partir du 6.10.2020)

- MACH Basic 2020-2
- MACH Consumer 2020
- MACH Radar 2020
- Audience totale 2020-2
- MACH Cinema 2020
- MA Sponsoring cRR 2020

MA Strategy All-in-One 2020

(à partir du 19.11.2020)

- MA Strategy Basic 2020
- MA Strategy Consumer 2020
- MA Strategy Sponsoring 2020

MACH All-in-One 2021-1

(à partir du 6.4.2021)

- MACH Basic 2021-1
- Audience totale 2021-1

Avantages des nouveautés

Ce jeu de données global permet désormais d'analyser conjointement toutes les études, ce qui rend le processus de planification à la fois plus efficient et plus simple. Chacune des études reste toutefois exploitable séparément. Il est désormais également possible d'enregistrer les analyses des groupes cibles sur plusieurs études et de les exporter, et la fonction cartographie, très pratique, est disponible dans tous les jeux de données.

La création de ce jeu de données global a été précédée d'une fusion des données de MACH Consumer et de MACH Basic, accompagnée d'un ajustement proportionnel au nombre de cas de cette dernière. Cela permet, pour l'analyse des groupes cibles, de disposer désormais d'un nombre nettement plus élevé de cas dans toutes les études supplémentaires (en plus de MACH Basic), ce qui a un impact positif sur les possibilités d'analyse.

Information concernant la série chronologique

Les comparaisons entre le contenu des données actuelles et celui des publications antérieures demeurent possibles, comme par le passé. Cependant, les nouveautés techniques marquent le début d'une nouvelle série chronologique à partir de la publication d'automne 2020, qui s'applique aux analyses de toutes les études.

Sélection d'étude dans «All-in-One»

Dans la feuille de code comme dans la liste de médias, les variables et les médias de toutes les études sont par principe visibles dans le jeu de données MACH All-in-One. Mais ils peuvent en un clic sur le bouton correspondant être exclus de la sélection ou y être réintégrés.



Exemple 1: Ici, seul le bouton «MACH Basic» est activé. Par conséquent, la feuille de code n'affiche que les variables de MACH Basic.



Exemple 2: Ici sont activés les boutons «MACH Basic» et «MACH Cinema». Par conséquent, apparaissent les titres de presse de la publication MACH Basic et les taux de pénétration de MACH Cinema.

Plan de diffusion «All-in-One»

L'élaboration d'un plan de diffusion pouvant légèrement diverger d'un groupe média à l'autre, le jeu de données MACH All-in-One offre désormais la possibilité de naviguer entre les différentes versions, selon que l'on travaille sur «Presse», «Cinema» ou «Audience totale».

Analyses incompatibles

Si l'on combine des variables ou des médias qui ne sont pas exploitables conjointement dans une étude, ceux-ci ne peuvent être affichés à l'écran. Si par exemple, un titre de presse ne participant pas à MACH Consumer est analysé en même temps que les variables de consommation, vous voyez apparaître dans le tableau un «(-)».

Contact

WEMF AG für Werbemedienforschung – REMP Recherches et études des médias publicitaires
Bachmattstrasse 53, CH-8048 Zurich, tél. +41 43 311 76 76, fax +41 43 311 76 77
remp@remp.ch, www.remp.ch

Roger Lang, Senior Product Consultant, tél. +41 43 311 76 44, roger.lang@wemf.ch