

Metodologia e interpretação correta dos principais fornecedores de dados digitais



Medição de audiência online com uso de painel de usuários

comScore & IBOPE Nielsen Online (audiência)

comScore e Ibope Nielsen Online são serviços de medição da audiência do mercado online. Os dois serviços medem a audiência dos sites registrando os endereços acessados pelos usuários que fazem parte de seu painel. O painel é formado por um grupo de usuários situados em casa ou no ambiente de trabalho com uma distribuição demográfica representativa da população online total nesses pontos de acesso. Com esses dados, os dois serviços realizam a estimativa de visitantes únicos, páginas vistas, tempo gasto no site e outros indicadores para o mercado, por empresa, site, grupos de sites (canais) e por assunto. As empresas e veículos online informam ao Ibope e comScore quais são os sites que fazem parte de suas propriedades e os institutos organizam esses sites em categorias. Esses serviços também permitem ter acesso a dados demográficos, histórico de acesso, sobreposição de audiência e não são afetados por sistemas que apagam cookies do navegador, janelas pop-ups e acessos feitos por spiders, bots (causas artificiais de inflação de números), etc. Além disso, ambos oferecem ferramentas de otimização de campanhas de publicidade online.

Alguns exemplos: www.comscore.com e www.ibope.com.br

Hitwise Serasa Experian (share)

Hitwise é um serviço de medição de market share na internet. Ele mede as visitas e as buscas feitas pelos usuários que fazem parte do seu painel. O painel é formado por cerca de 500 mil pessoas espalhadas geograficamente de maneira que representem a distribuição da população online brasileira. Assim, o serviço fornece métricas semanais e mensais sobre o comportamento de busca e navegação dos usuários em percentual (share) de visitas, páginas vistas, tempo médio de visita, termos de busca que mais geram audiência e termos de busca que mais crescem, entre outros. O serviço também permite acesso a dados históricos e informações por estado e região. É utilizado por anunciantes, veículos e agências para elaboração de planos de mídia, programas de afiliados, campanhas de marketing de busca (Search Engine Marketing e Search Engine Optimization) e monitoramento da concorrência. Os dados consideram diversos browsers, múltiplas janelas e abas simultâneas, não são afetados por sistemas que apagam cookies do navegador e desconsideram atividade artificial e/ou atividade não solicitada (pop-ups, spiders, redirecionamento automático, etc.).

Um exemplo: www.hitwise.com.br

Medição individual de audiência online (web analytics)

As ferramentas de web analytics coletam e processam os dados de visitação de um determinado site. Cada site usa uma ferramenta de web analytics para medir seus dados de acesso. No Brasil, as formas de coleta mais utilizadas são baseadas em logs de servidor e tags colocadas nas páginas. Ou seja, as ferramentas de web analytics medem todos os acessos feitos ao site. Elas fornecem dados de visitas e visitas únicas por browser, páginas vistas, tempo gasto no site e taxa de rejeição, entre outras métricas. As medições são feitas utilizando cookies, portanto os usuários que utilizam bloqueadores de cookies não são medidos. A maioria das ferramentas pode ser integrada a outros sistemas de sua empresa, como CRM, BI, Data Warehouse, entre outros.

Alguns exemplos: www.comscore.com, www.google.com/analytics, www.omniture.com, www.predicta.com.br e www.webtrends.com.br

Medição de campanhas de publicidade (Ad Server Data)

Ad Servers são utilizados por veículos e anunciantes para o gerenciamento de publicidade online. O Ad Server controla a veiculação de campanhas de publicidade nos sites e permite a gestão de diversos critérios e segmentação de audiência. Os anunciantes podem acompanhar a performance de suas campanhas com indicadores como quantidade de impressões e cliques. Para os veículos o Ad Server faz projeções de inventário disponível de acordo com o histórico de audiência de cada site. Ad Servers podem ainda responder ao comportamento de navegação do usuário com a entrega da campanha mais adequada. Ad Servers são implementados via tag (código indicador) em cada página.

Alguns exemplos: [AdMotion](#), [Atlas](#), [DART](#), [E-Planning](#), [Maestro](#), [MediaMind](#) e [OAS](#)

Tabela de métricas disponíveis por metodologia

Metodologia	Métricas que oferece	
Painel (Audiência)	<ul style="list-style-type: none"> • Unique Visitors • Page Views • Demografia • Composition (UV, PV, %) • Total de Minutos consumidos • Reach • Média Diária de UV • Média de Minutos por dia 	<ul style="list-style-type: none"> • Média de Páginas por dia • Média de minutos por página • Média de Minutos por UV • Média de Visitas por UV • Média de Páginas por UV • Total de Visitas • Média de Minutos por Visita • Afinidades/Interesses
Painel (Share)	<ul style="list-style-type: none"> • Market Share de visitas • Market Share de Page Views • Tempo Médio de Visitas • Estado de Origem das Visitas • Upstream de Visitas • Downstream de Visitas • Média de Visita por Dia da Semana 	<ul style="list-style-type: none"> • Market Share de Termos de Busca • Market Share de Termos de Busca com Clicks (CTR%) • Variações de Termo de Busca • Market Share de Palavras-Chave • Market Share de Quantidade de Palavras • Market Share de Ferramentas de Busca • Market Share de Buscas por Website • Downstream por Termo de Busca
Web Analytics (Cookies, Tags, & Logs)	<ul style="list-style-type: none"> • Page Views • Visita/Seção • Unique Browsers • Páginas por Visita • Bounce Rate • Tempo de Visita • Novas Visitas • Origem/ Cobertura 	<ul style="list-style-type: none"> • Páginas de Saída • Conversões • Navegadores • Sistemas Operacionais • Cores de Tela • Resolução de Tela • Suporte a Java • Flash
Ad Server Data (Cookies/Tags)	<ul style="list-style-type: none"> • Usuários/Clicks únicos • CTR (Click Thru Rate) • Impressões / Views • Yield • Inventário Total e Disponível • Informações Segmentadas por: <ul style="list-style-type: none"> - geolocalização (IPs) - cookie (comportamento do usuário) - palavras-chave (parâmetros ou termos de busca) - dispositivos móveis, etc 	<ul style="list-style-type: none"> • Pós clique/conversões (diretas/indiretas) • Caminhos de conversão • Tempo de Interação com a peça • Análises de Frequência (interação, CTR) • Frequência – retorno de usuários únicos nos escopos: <ul style="list-style-type: none"> - dentro da mesma hora - no mesmo dia - por mês - por semana - por dia - por hora

Para definições completas e informações complementares de cada metodologia, visite: <http://iabbrasil.ning.com/group/metricas>