

## Profil des données : Comparaison de diffuseurs

**Déterminez la composition de l'auditoire d'un groupe de diffuseurs à l'aide du profil (%) et de l'indice.**

Ce rapport peut servir à déterminer si l'auditoire d'un diffuseur s'étale vers le groupe sociodémographique que cible un client.

Les diffuseurs peuvent s'en servir pour stimuler les ventes (en appariant le profil de l'auditoire d'un bloc horaire précis au groupe sociodémographique que veut cibler un annonceur) ou pour bâtir leur programmation (en adaptant sa teneur à l'auditoire ciblé).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1											
2	Market: Total Canada										
3	Dates: Ttl 2008/05/12-2008/05/25										
4	Program_TimePeriod: MTWTFSS 08:00 - 24:00										
5											
6			Broadcasters	Measure							
7			Discovery	Discovery	Discovery	Discovery	HGTV	HGTV	HGTV	HGTV	
8	Households	People	AA (000s)	AA Profile %	AA Skew Index	UE (000s)	AA (000s)	AA Profile %	AA Skew Index	UE (000s)	
9	Total	P 18+	65	100	100	25910	68	100	100	25910	
10	Total	P 18-34	18	27.4	93.8	7571	10	15.3	52.4	7571	
11	Total	P 18-49	41	62.6	106.7	15198	33	48.2	82.2	15198	
12	Total	P 25-54	42	65.7	116.7	14580	37	55	97.7	14580	
13	Total	P 55+	18	27.3	85.5	8263	28	40.7	127.6	8263	
14	Total	F 18+	20	31.3	61.5	13205	41	59.9	117.6	13205	
15	Total	M 18+	44	68.7	140	12705	27	40.1	81.7	12705	
16	Total	High School or less	23	35.5	102.5	8902	26	38.4	110.7	8902	
17	Total	Tech/College	27	42.3	134.4	8117	21	31.5	100.1	8117	
18	Total	University	14	21.3	63.2	8855	20	30	88.8	8855	
19	Total	TC - MOP	11	17.3	62.1	7258	18	26	93.3	7258	
20	Total	TC - Clerical	5	7.8	99.9	1983	7	10.1	130.3	1983	
21	Total	TC - Sales/Service	13	19.3	141.5	3412	8	11.5	84.3	3412	
22	Total	TC - Primary	1	1.9	115	390	1	0.7	46	390	
23	Total	TC - Labourer/Trade	12	18.5	156.4	3137	7	9.8	82.6	3137	
24	Total	TC - Art/Lit/Recreational	1	1	70.5	347	1	1.7	116.4	347	
25	Total	TC - Student	3	4.1	60.5	1819	1	1.2	18.3	1819	
26	Total	TC - Homemaker	3	4.6	93.4	1328	3	4.6	92.9	1328	
27	Total	TC - Retired	12	18	92.2	5093	20	29.5	150.8	5093	
28	Total	TC - Other	4	6.6	149.3	1112	3	4.7	107.7	1112	
29											
30	Copyright Nielsen Media Research										
31											
32											
33											

### Interprétation du profil des données

Dans l'exemple qui précède, 41 000 adultes de 18 à 49 ans se sont mis à l'écoute de la chaîne Discovery, ce qui correspond à 63 % de l'auditoire adulte capté par cette dernière.

L'auditoire de cette chaîne compte une proportion plus forte d'adultes de ce groupe d'âge que la population en général. Son indice est 107 par rapport à la population pour ce groupe d'âge.

L'option **profil** estimatif permet d'établir la distribution de l'auditoire d'une émission ou d'un diffuseur. Elle indique le groupe socio-

démographique cible sous forme de pourcentage du groupe sociodémographique de référence – dans ce cas-ci, le groupe des 18 ans et plus.

L'option **indice** permet, quant à elle, de comparer le profil de l'auditoire de l'émission ou du diffuseur à la distribution des différents groupes sociodémographiques. L'indice résultant révèle si le groupe cible est d'une proportion supérieure à la moyenne dans l'auditoire étudié.

Après avoir produit le premier profil, vous pouvez accélérer le traitement de toute autre demande de la sorte en ouvrant une demande sauvegardée et modifiant les paramètres pertinents (dates, marchés, réseaux ou émissions). Borealis vous invitera alors automatiquement à sauvegarder la demande sous un autre titre.

**Interprétation de l'indice**

**Indice égal à 100 %**  
Toutes proportions gardées, le profil de l'auditoire étudié correspond à la distribution de la population en ce qui a trait au groupe sociodémographique sélectionné.

**Indice supérieur à 100 %**  
Toutes proportions gardées, l'auditoire étudié comprend plus de téléspectateurs du groupe sociodémographique sélectionné.

**Indice inférieur à 100 %**  
Toutes proportions gardées, l'auditoire étudié comprend moins de téléspectateurs du groupe sociodémographique sélectionné.

**Titre**  
Intitulez le rapport. – Ouvrez l'onglet « Titre » et indiquez le titre sous lequel le profil doit être sauvegardé et apparaître à l'écran **Report Status**.

**Dates**  
Passant ensuite à l'onglet « Dates », sélectionnez l'intervalle sur lequel portera le profil.

**Marchés**  
L'onglet « Markets » vous permet d'indiquer les marchés sur lesquels faire porter l'analyse.

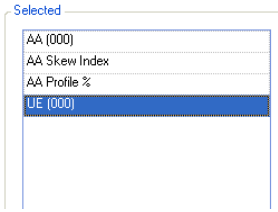
**Foyers**  
Le réglage implicite est « Total ». Cependant, vous pouvez sélectionner toute définition figurant à l'onglet « Households ». C'est ici que vous devez sélectionner le revenu, la langue et la taille des foyers si vous souhaitez que le profil établi tienne compte de ces paramètres.

**Auditoire**  
À l'onglet « People », sélectionnez tous les groupes d'âge à inclure dans le profil, en cliquant dessus pour les mettre en relief. Le premier groupe choisi devient le groupe de référence en fonction duquel l'indice et le profil sont calculés. Tous les autres groupes choisis y seront comparés. Vous pouvez, au besoin, modifier le groupe de référence à l'onglet « Measures ».

**Diffuseurs**  
Ouvrez ensuite l'onglet « Broadcasters » pour choisir les diffuseurs à inclure dans le profil, soit en sélectionnant le dossier pertinent à l'onglet « Standard », soit en faisant une recherche rapide à l'aide de l'onglet « Find ».

**Blocs horaires**  
Comme la comparaison se fait à l'échelle des diffuseurs seulement, vous n'avez pas à sélectionner d'émissions. Précisez les blocs horaires visés en ouvrant l'onglet « Time Periods », puis l'onglet « Standard » pour choisir ceux qui conviennent ou l'onglet « Specific » pour définir vous-même un bloc horaire.

**Mesures**  
À l'onglet « Measures », sélectionnez « AA(000) », « Profile % » et « AA Skew Index ». « UE (000) » est facultatif.



**Envoi de la demande**  
L'icône « GO » de la barre d'outils (dans l'angle supérieur gauche de l'écran) devient alors verte. Cliquez dessus pour envoyer votre demande.

**Téléchargement du profil**  
Lorsque le profil est prêt, passez à l'écran **Report Status**. Faites un double clic sur son titre pour le visualiser en mode « Layout » et reformater le tableau qui apparaît alors.

## Mise en forme du tableau

Dans le cas d'un profil démographique de l'auditoire, indiquez les foyers les groupes sociodémographiques sur les lignes, en cliquant sur les paramètres « Households » et « People » et en les faisant glisser dans zone grisée au-dessus des lignes.

(Veuillez vous reporter aux Astuces de Quidam sur la création de modèles et tableaux personnalisés pour savoir comment dresser un tableau.)

Comme le profil présenté ici se rapporte à un seul intervalle et un seul bloc horaire, ces paramètres ont été inclus dans l'en-tête, tandis que les diffuseurs et les mesures ont été inscrits au haut des colonnes afin de permettre des comparaisons rapides entre diffuseurs. Les foyers et les groupes sociodémographiques ont été inscrits au début des lignes.

Cliquez sur **Excel** pour télécharger le rapport vers Excel.

Row/Column/Page/Options				
Paging Fields (2 pages)				
Options			ActiveSheet	
< Market	2	>	001 Total Canada	
< Dates	1	>	Ttl 2008/05/12-2008/05/25	
< Program_TimePeriod	1	>	001 MTWTFSS 08:00 - 24:00	

Report View (163 rows, 14 columns) [Limits for Excel Version 11.0 - 65536 rows, 256 columns]				
		Broadcasters	Measure	
		001 Discovery		
Households	People	AA (000s)	AA Profile %	AA Skew Index
001 Total	001 P 18+	65	100	100
001 Total	002 P 18-34	18	27.4	93.8
001 Total	003 P 18-49	41	62.6	106.7
001 Total	004 P 25-54	42	65.7	116.7
001 Total	005 P 55+	18	27.3	85.5
001 Total	006 F 18+	20	31.3	61.5

## Filtrage des données

La flèche vers le bas, à côté de chaque paramètre, permet de voir tout ce qui a été sélectionné. Cette fonction est particulièrement utile dans le cas du profil, surtout si vous avez inclus des variables, tel le revenu, au moment de la sélection des foyers. Mieux vaut vous servir du filtre dans le tableau. Sinon, tous les groupes sociodémographiques sélectionnés s'afficheront pour chacune des catégories de foyers, ce qui rendra le tableau difficile à déchiffrer.

1. Cliquez sur la flèche vers le bas à côté de « Households » et ne sélectionnez que **Total**. Actionnez ensuite le bouton **Excel** pour télécharger le profil. Tous les groupes sociodémographiques apparaîtront alors en fonction de l'ensemble des foyers.
2. Pour voir toutes les variables assorties aux foyers, sélectionnez **Show All** (au lieu de « Total »); puis cliquez sur la flèche vers le bas à côté de « People » et sélectionnez **P18+**. Actionnez ensuite le bouton **Excel** pour télécharger le profil. Toutes les catégories de foyers apparaîtront alors en fonction de l'auditoire des 18 ans et plus.

