

La data, pierre angulaire de l'innovation des groupes audiovisuels

Alors que la donnée est désormais identifiée comme la pierre angulaire de l'innovation pour l'écosystème de la télévision, les éditeurs n'ont longtemps possédé que très peu d'informations sur leurs audiences, point de départ pourtant incontournable. La numérisation des canaux de distribution leur a permis de franchir un pas décisif pour construire leurs propres data et les exploiter à des échelles de plus en plus importantes pour leurs différents métiers. Après la mise en place des infrastructures, les cas d'utilisation se multiplient.

Veillez utiliser le formulaire pour vous connecter

Vous souhaitez être abonné ? envoyez nous un email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter