



N° et date de parution : 16 - 01 novembre 2001
 Diffusion : 30 000 ex
 Périodicité : Mensuel
 Fichier : PG52757.pdf
 Site Web : <http://www.e-marketing.fr>

Mesure d'audience

Audientia passe à l'ASP

► L'éditeur du logiciel de mesure et d'analyse de trafic WebandStats annonce une version disponible sous forme de licence pour les grands comptes et les SSII.



Edouard Soudée (Audientia) : « Les clients grands comptes ne veulent pas louer, mais acheter des logiciels qu'ils adaptent ensuite à leurs besoins spécifiques. »

Après avoir vendu ses outils de mesure du trafic web en mode ASP, l'éditeur Audientia sort une version 3.5 de son logiciel WebandStats. Deux versions sont proposées : Internet, avec WebandStats Mining, et Intranet, avec WebandStats Intra. Fondée en mars 2000, la société a racheté l'éditeur Tableau de Bord et récupéré ainsi sa technologie WebandStats. Pour Cyriaque Lenfant, P-dg d'Audientia, la mesure d'audience se divise en deux segments. Les panélistes comme MMXI, NetValue ou Mediamétrie NetRatings, et les systèmes de tracking dits "site centric". Parmi ceux-ci, plusieurs technologies s'affrontent.

On trouve ainsi des programmes de comptage et d'analyse des logs, comme WebTrends ou Logmetrix. « Mais ils ne prennent pas en compte les caches et génèrent un énorme volume d'informations non pertinentes », estime le P-dg d'Audientia. Deuxième catégorie, les "snif-feurs", qui analysent les informations transitant par les

tuyaux, le leader sur ce segment étant l'Américain Accrue (www.accrue.com). Ces composants logiciels permettent une analyse très fine, mais rencontrent aussi le problème des caches, et le coût des licences est élevé (environ 1 MF).

Troisième solution, celle des marqueurs, qu'a adoptée Audientia. « L'intérêt, c'est d'éviter l'obstacle des caches et des sites répartis », explique Cyriaque Lenfant. L'inconvénient de cette technique, c'est qu'il faut aller placer ces tags sur les pages HTML des sites étudiés. Plusieurs éditeurs proposent des outils de ce type : HitBox, WebTrends, Weborama, eStats, Xiti et Audientia.

Internauts segmentés par comportements

Audientia vendait jusqu'à présent son logiciel en mode locatif (ASP), ce qui permettait de disposer d'une activité récurrente, mais générait un petit chiffre d'affaires. « Les clients grands

comptes ne veulent pas louer, mais acheter des logiciels qu'ils adaptent ensuite à leurs besoins spécifiques », indique Edouard Soudée, Dg d'Audientia.

Ainsi, avec la nouvelle version de Web and Stats on peut, par exemple, segmenter les internautes par comportements. La fonction eReporting permet de faire des analyses off line, avec ensuite un envoi automatique de fichiers en format pdf. Le nouveau module eData met à plat toutes les données recueillies, les structure par visite et les met en forme en fichiers XML. Un module optionnel de Web mining permet ensuite d'étudier ces visites. « C'est un vrai "merchandising de sites" pour les statisticiens », estime Edouard Soudée. La nouvelle offre internet coûte 200 000 F et la version intranet 80 000 F. Audientia compte commercialiser la nouvelle version de WebandStats via des partenaires SSII et des web agences. L'éditeur veut se positionner à mi-chemin entre les offres ASP et les solutions logicielles plus onéreuses, avec comme cible les 500 plus grands comptes français.

PATRICK CAPPELLI