

# TFE 2020-2021 STID 2<sup>ème</sup> année

## Profils et caractéristiques des auditeurs de stations de radio

30/09/2020



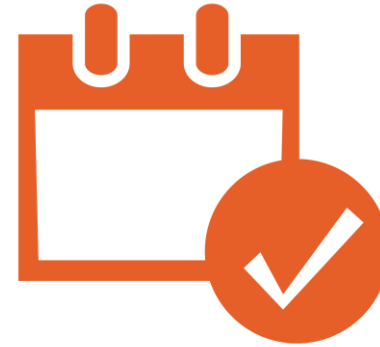
Mediametrie



## Calendrier

### **Période : Semestre 3 et Semestre 4**

- ✓ Evaluation à la fin du S3 et à la fin du S4
- ✓ Evaluation orale et écrite à chaque semestre



### **Semestre 3**

**Semaines de travail** : semaine du 28 septembre 2020 à la semaine du 7 décembre 2020

**Remise du rapport d'étape** : Lundi 14 décembre 2020

**Présentation Orale** : Semaine du 14 décembre 2020

### **Rapport d'étape / Présentation Orale** :

- ≈ 5 à 7 pages (comme corps de texte) + intro et ouverture sur la suite des travaux
- Avancée des travaux réalisés
- ≈ 10 minutes pour la présentation orale (avec questions)



## Calendrier

### Semestre 4

**Semaines de travail** : Semaine du 11 janvier 2021 à la semaine du 15 mars 2021

**Remise du rapport final** : Lundi 22 mars 2021

**Soutenance Orale** : Semaine du 22 mars 2021



#### **Rapport Final**

- Sommaire
- Introduction
- Corps de texte (≈10 à 15 pages)
- Conclusion
- Bibliographie
- Annexes (en nombre limité)

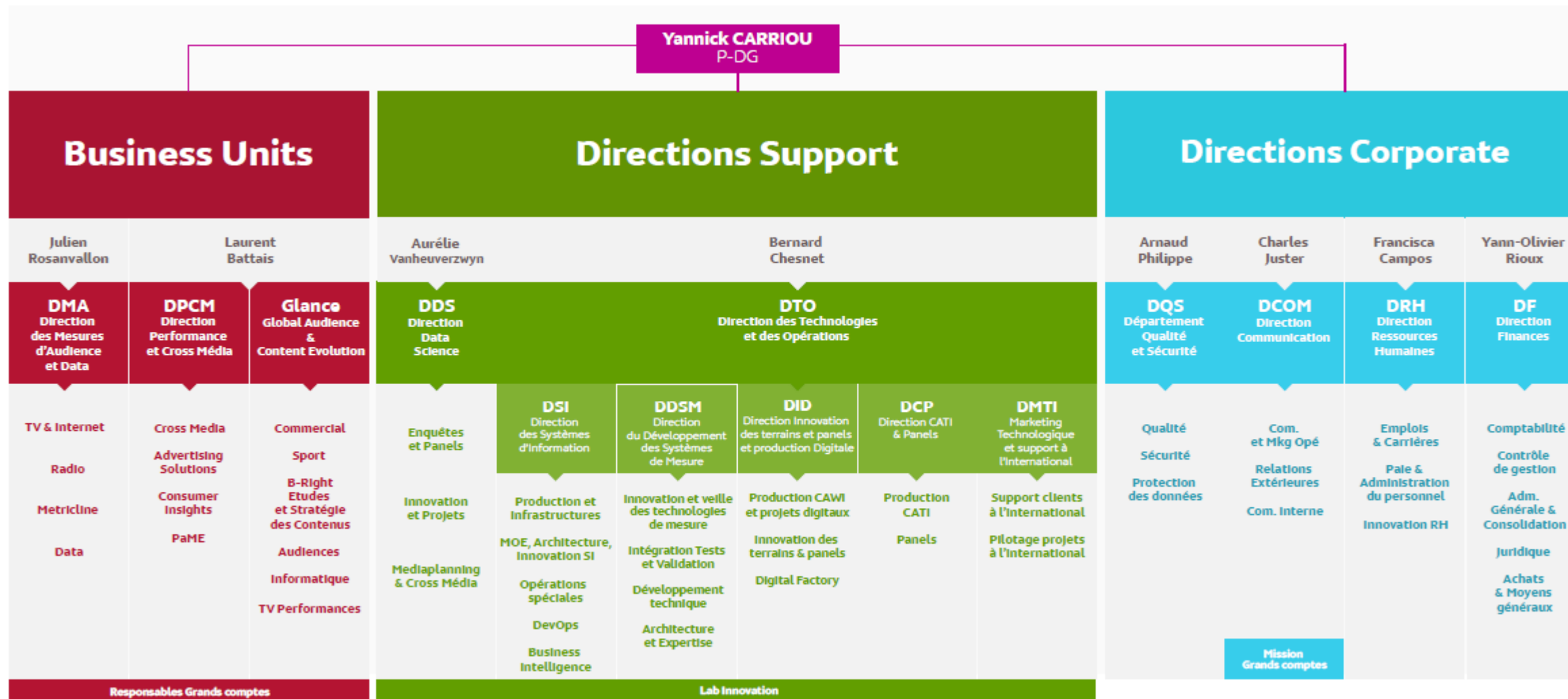


#### **Soutenance**

- Durée totale : 20 minutes
  - 10 à 12 minutes de présentation
  - 5 à 10 minutes de questions
- Travail effectué
- Présentation réfléchie et structurée
- Pas une liste de l'ensemble des travaux effectués
- Ne reprend pas obligatoirement l'articulation du rapport

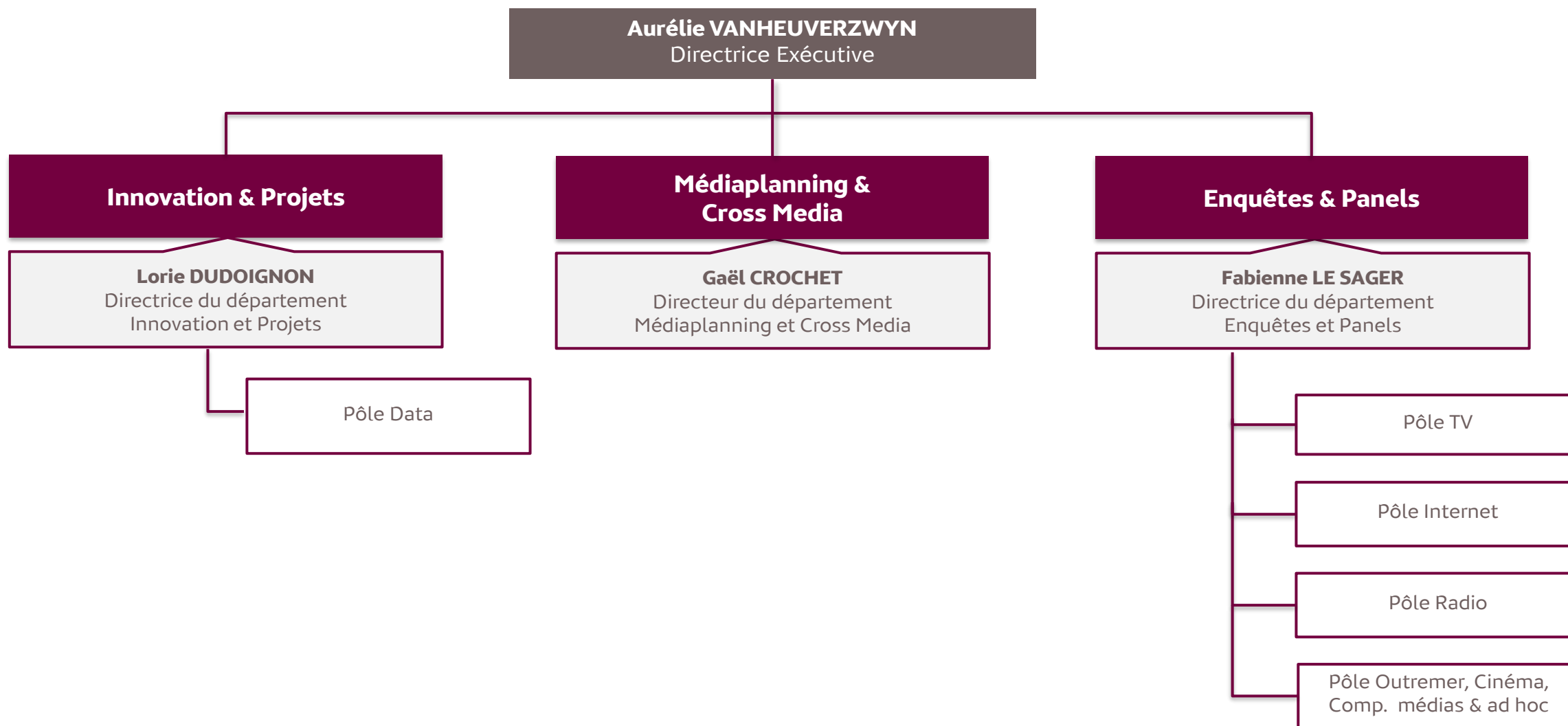


# Organigramme Mediametrie





# Organigramme DDS





## Données issues d'un panel permettant de caractériser l'écoute de la radio

**Panel** : Les individus (panélistes) renseignent leurs écoutes radio détaillées pendant une période donnée : détail de l'écoute par station et par heures d'écoute.

En complément des ces audiences, d'autres questionnaires sont également adressés aux panélistes afin d'avoir des informations supplémentaires (infos sociodémographiques, habitudes, comportement...)



**Objectifs** : Caractériser l'écoute de la radio, connaître le profil des auditeurs avec des cibles approfondies pour orienter la programmation et la publicité de la station.



## Le questionnaire

### **Organisé en 3 parties :**

- **Recueil données Socio-Démographiques**  
Sexe, âge, activité, département de résidence...
- **Recueil données d'audience**  
Ecoute des stations de radios en semaine et le week-end
- **Recueil données « Premium »**  
Questions supplémentaires sur le profil des répondants (loisirs, automobiles, budget...)



## Les données

- **3 bases de 4500 individus :**

Données : 3 fichiers au format csv (un par base) + descriptif de chaque jeu de données.

- **Base Socio-démo**

Profil des répondants : âge, sexe, nombre de personnes dans le foyer, d'enfants de moins de 15 ans...

- **Base Audience**

Auditeurs semaine (lundi-vendredi) et auditeurs week-end de 19 stations de radios et du média au global.

- **Base Premium (6 bases différentes)**

**Lot 1** : Automobile et vacances (équipement automobile, caractéristiques automobile...)

**Lot 2** : Ecoute de la radio et musique (motivation écoute de la radio, support écoute de musique...)

**Lot 3** : Sorties/achats culturels et équipement audiovisuel/console du foyer (fréquence de sorties, support pratique des jeux vidéos...)

**Lot 4** : Budget, immobilier et lecture de la presse (comptes bancaires, propriétaire de résidence, habitudes lecture de la presse...)

**Lot 5** : Loisirs et sports (pratique/intérêt pour le sport, fréquentation cinéma...)

**Lot 6** : Grande distribution et circuits d'achats (fréquentation grandes enseignes, lieu d'achats...)



## Les analyses proposées

- ❑ **Partie 1** : Préparation/Exploration des données (croisement de données, regroupements de modalités, sélection de questions, merge des bases...)



- ❑ **Partie 2** : Analyses des profils d'auditeurs des stations

- Analyses selon le profil « Premium »
- Analyses selon le croisement socio-démo x « Premium »



Analyses des grandes tendances d'écoute ?

Quel est le profil de l'auditeur type des stations de radio ?

Quelles sont les caractéristiques clivantes d'écoute d'une station par rapport à une autre ?

Toute autre analyse qui vous semblera pertinente.

- ❑ **Partie 3** : Visualisation des données







## Organisation

- **Groupe de 2 personnes** : 1 base Premium par groupe :

	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4	Groupe 5	Groupe 6
<b>Partie 1 : Préparation/Exploration</b>	Préparation/Exploration des données : Cleaning, regroupements de modalités, merge...					
<b>Partie 2 : Analyses Profil Auditeurs</b>	Automobile Vacances	Ecoute de la radio Musique	Sorties/Achats culturels Equipeement audiovisuel	Budget/Immobilier Lecture Presse	Loisirs & Sports	Grande distribution Circuits d'achats
<b>Partie 3 : DataViz</b>	Visualisation des résultats					



- **Rythme** : Tous les 2 semaines pendant 2h ( ≈ une vingtaine de minutes par groupe)
  - Créneau horaire par roulement

- Disponible par mail pour toutes questions (tbissonnier@mediametrie.fr)
- Création d'une mailing liste pour communiquer plus facilement

