DIRECTOR A/S
Østerbrogade 135
2100 København Ø
Telefon 39 97 10 30
CVR-nr. 27461107
dm@director.dk
www.director.dk
Danske Bank 4180524207
Effektiv kommunikation

Metodebeskrivelse
Demografiske brugerprofiler med Gemius

Vi laver demografiske brugerprofiler ud fra jeres site og sammenligner dem med markedet og jeres nærmeste konkurrenter.

Med Gemius Explorer kan vi på baggrund af de indsamlede data som systemet indeholder finde frem til hvordan jeres kernebrugere ser ud. Når vi sidestiller de forskellige kernebrugerprofiler med jeres konkurrenter og markedet generelt giver det et godt og nuanceret billede på hvordan brugeren fordeler sig i forhold til markedet.

Gemius indeholder følgende demografiske variabler:

Alder :: Køn :: Uddannelse :: Beskæftigelse :: Branche :: Jobtitel :: Indkomst :: Region :: Netshopping Produktsøgning :: Internet anvendelse :: Rolle i husstanden :: Børn under og over 14 år :: Shoppingmængde

Brugeranalyse metode

Analysemetoden som anvendes kaldes affinitets[1] analyse. Igennem analysen findes hvilke brugergrupper der er henholdsvis over- og underrepræsenteret på websitet. Det gøres ved at se på indeks 100 som nulpunkt. Alt under 100 bliver segmenteret ud som underrepræsenteret og alt over 100 er det datagrundlag som bliver videre bearbejdet.

Konkurrenceanalyse metode

Analysen kan både ses i forhold til internettet generelt og i forhold til det konkurrencemarked som websitet befinder sig i. Det er derfor fordelagtigt at lave en aggreret gruppe som primært indeholder de websites som beskriver konkurrencen på det specifikke marked. Således kan man aflæse et klart billede af brugergruppen på hele internettet - i konkurrencemarkedet - og igen i forhold til det give website.

Fremgangsmåde

Som udgangspunkt bliver hver enkel demografisk variabel kørt op i mod det givne website. Vi bliver ved med at raffinere analyserne til vi kan optegne en eller flere reelle profiler.

Herefter kan de demografiske data aggregeres yderligere. Ved fx at lægge alder, køn og indkomst sammen som en datamænge kan man begynde at kigge enkeltvis på branche, jobtitel, uddannelse m.v. og få nogle helt klare brugerprofiler. Når man samtidigt kigger på konkurrencemarkedet giver det et godt billede af hvor stor en andel af brugerprofilen websitet indeholder i forhold til det konkurrerende marked og nettet som helhed.

Resultatet er, en eller flere, komplette demografiske brugerprofiler.

Se mere på http://www.director.dk/online/gemius-analyser

[1] " Affinitetstallet er et indekstal som er udtryk for den givne målgruppes repræsentation på det enkelte site, i forhold til målgruppens repræsentation, i den 'aggregerede gruppe' eller hele internettet"