

METODOLOGIA della Survey sui contenuti editoriali fruiti tramite app mobile di Facebook

La metodologia di rilevazione è basata sull'elaborazione dei dati derivati dall'implementazione di due sistemi: Nielsen Digital Ad Ratings (DAR), per la stima delle audience e dei dati di traffico (Pagine Viste); il TAG Audiweb utilizzato per ricalibrare i dati provenienti dal DAR.

I TAG dei due sistemi di rilevazione, associati in modo univoco ad ogni brand/sito iscritto, rilevano le audience e i consumi di pagine viste solo ed esclusivamente per i due ambienti oggetto della misurazione – browsing e Instant Article in applicazione mobile di Facebook.

I dati della survey non sono in alcun modo collegati o collegabili ai dati forniti nell'ambito del servizio Audiweb Database. Infatti, le metodologie alla base delle due rilevazioni sono differenti, pertanto i dati risultanti nell'ambito di questo servizio non potranno, ad esempio, essere sommati a quelli risultanti dal servizio Audiweb Database.

Il documento con i dati di consumo dei contenuti editoriali dei Publisher aderenti alla survey è disponibile sul sito www.audiweb.it nella sezione "News".