

# Digital Cribs©

## Comprendre les usages et attitudes numériques des jeunes

### La prise en compte de la convergence des médias

Etude en souscription, Digital Cribs se penche sur les préférences médias des enfants et des jeunes adultes. Les effets de la convergence des médias sont mis en évidence via une comparaison des usages, des attitudes et des comportements.

### Pour une optimisation des stratégies de communication

Digital Cribs permet, entre autres, d'optimiser la stratégie médias et l'efficacité des points de contact à la marque, d'analyser la consommation media en mobilité, et de mesurer l'efficacité des campagnes de communication.

### Une étude qui couvre l'intégralité du spectre des médias

Radio, cinéma, presse, TV, web, téléphone mobile, PC, consoles de jeux, ...

### Des résultats robustes et barométriques

Réalisée en ligne, Digital Cribs interroge tous les ans 2400 personnes âgées de 8 à 25 ans, comprenant à la fois des enfants (8/14 ans) et des jeunes adultes (15/25 ans).

### Des indicateurs opérationnels ...

Exposition, fréquence et circonstances d'usage, proximité, usages croisés ... autant d'indicateurs permettant une lecture opérationnelle des usages convergents médias et IT.



### ... pour des résultats claires et immédiatement opérationnels

Les résultats sont analysés individuellement pour chacun de nos clients et mettent plus particulièrement en évidence l'affinité aux médias et les comportements cross-médias. Une carte des proximités révèle les liens existants entre les médias en fonction des niveaux d'attachement mis en évidence dans les différents groupes de population.

### Un benchmark international

Les résultats Digital Cribs sont aussi disponibles sur le Royaume-Uni.

### Contact

**Harris Interactive - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris**  
**Tel : 01 44 87 60 30 – Fax : 01 44 87 60 31**  
**info@harrisinteractive.fr**