

# Inskin Media s'associe à Lumen Research pour proposer des estimations d'attention prédictives

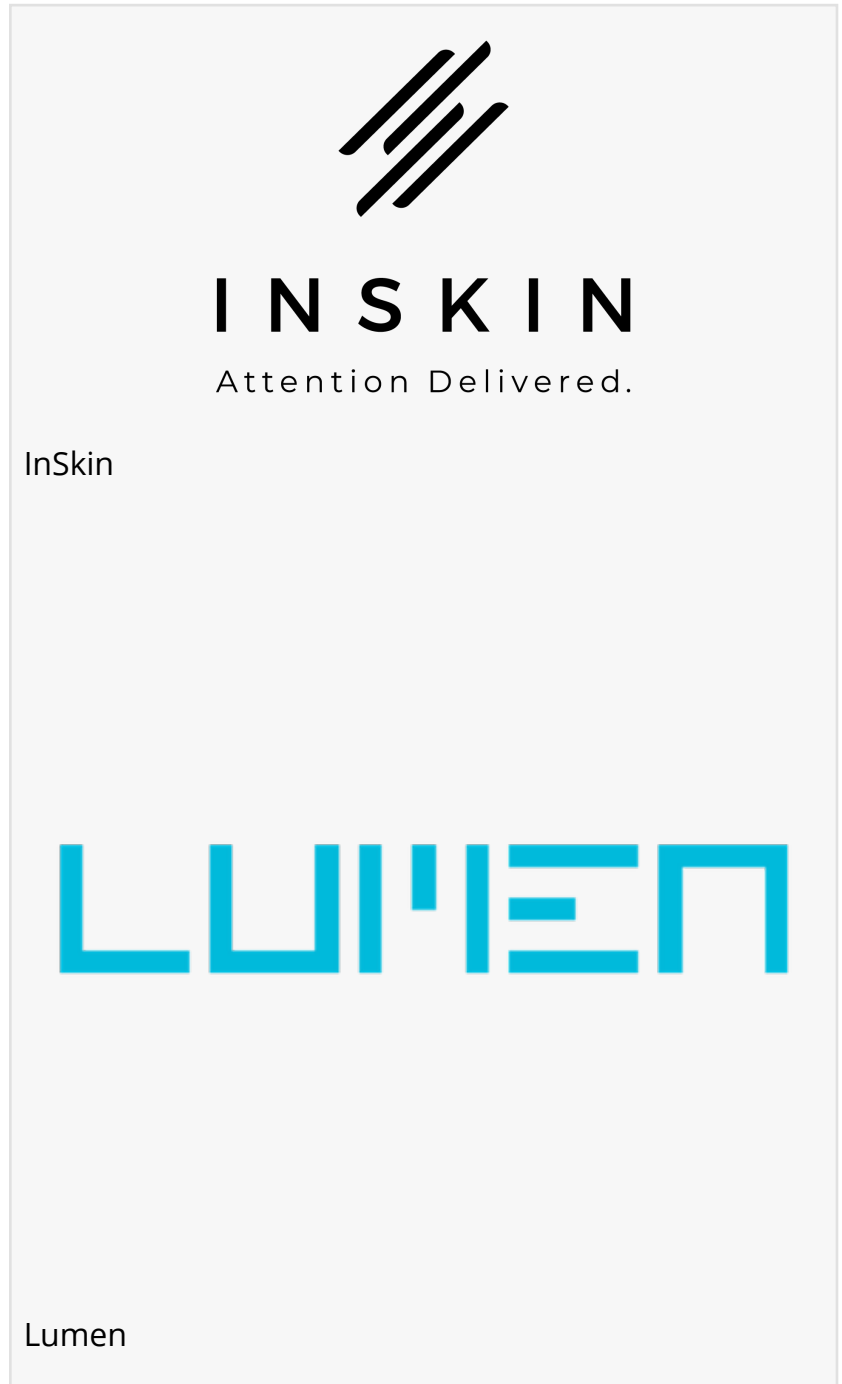
*Ces estimations vérifient l'impact des formats Pageskin de façon indépendante, fournissant aux annonceurs une mesure objective et précise pour leurs campagnes.*

LONDRES, ROYAUME-UNI, March 30, 2021 /EINPresswire.com/ -- [Inskin](https://www.inskin.com) Media, spécialiste du multi-screen, high impact digital brand advertising, a collaboré avec Lumen afin de pouvoir offrir aux annonceurs un outil de prédiction précis de l'attention que recevront leurs campagnes, venant ainsi s'ajouter aux mesures de performances déjà existantes.

Les formats d'Inskin Media génèrent un degré d'attention exponentiellement plus élevé que des formats display standards (15 fois ou plus en moyenne). Dorénavant, Inskin pourra enrichir cette mesure de performance en s'appuyant sur des prédictions objectives puisées dans les bases de données de Lumen, via un algorithme scannant l'eye tracking sur plusieurs millions d'impressions.

Les mesures suivantes seront ainsi disponibles:

- Pourcentage total des impressions regardées



- Une moyenne sur le temps d'engagement
- L'attention par 1000 impressions
- L'attention totale

“Nous sommes précurseurs sur cette offre unique et indépendamment vérifiée de mesure du degré d'attention reçu pour chaque campagne sur plateformes desktop et smartphones” affirme Matthew Newcomb, CEO d'Inskin Media. “En calculant le coût par seconde d'attention pour chaque campagne, nous prouvons que nos formats PageSkin sont les plus efficaces en terme de retour sur investissement parmi les offres média digitales présentes sur le marché. Avec une audience constamment bombardée par des milliers d'annonces publicitaires chaque jour, arriver à capturer l'attention des internautes devient rare, tandis que le “banner blindness” prime, posant un réel problème pour notre industrie. Grâce à notre nouvelle offre, nous apportons une solution venant combattre cette tendance, en garantissant à nos annonceurs une visibilité sur la performance de nos formats, les aidant ainsi dans leur quête d'impact en terme d'attention, de mémorisation, d'émotion et de ventes.”

Les estimations d'Inskin sur l'attention se basent sur des données indépendantes qui, combinées aux millions d'impressions déjà servies par Inskin, sont utilisées afin d'analyser l'engagement visuel sur leurs formats uniques. Par exemple, le format PageSkin sur desktop génère en moyenne 3,5 à 4,5 secondes d'attention.

Une analyse des impressions de format PageSkin a aussi démontré que le taux d'attention visuelle pour 1000 impressions était largement supérieur à l'attention mesurée sur les autres formats publicitaires sur le web, avec une réponse comparable à un spot télévisé de 15 secondes, tout en étant bien moins onéreux.

“Suite à une mesure indépendante, nous observons des taux d'attention similaires à un spot TV de 15 secondes, sans pour autant coûter des centaines de milliers d'euros à produire” annonce Newcomb.

Mike Follett de Lumen Research ajoute: “la mesure d'attention de Lumen s'appuie sur des données et un algorithme qui sont le résultat d'années d'analyse sur des centaines de foyers - et donc des milliers de sites web et millions de points de données sur l'eye tracking (ou le suivi des mouvements oculaires). En étudiant un large éventail de contenus éditoriaux et de formats, nous avons pu identifier la relation entre l'attention et diverses variables nous permettant désormais d'établir des prédictions très précises. Cela change complètement la donne pour les annonceurs cherchant des données fiables pour mesurer l'impact de leurs campagnes.” En effet, ce n'est pas parce qu'une publicité est visible qu'elle est forcément “vue”. C'est en cela que le taux d'attention est un indicateur bien plus concret de l'efficacité d'une campagne. Cette mesure via Lumen sera incluse dans chaque rapport de fin de campagne exécuté par Inskin, sans coût supplémentaire pour les annonceurs et agences média.

Inskin media est partenaire de 260 éditeurs web, travaille avec plus de 1000 marques de renom

ou clients "blue-chip" et délivre des campagnes sur plus de 2000 sites à l'international.

Pour plus d'informations: [commercial@inskinmedia.com](mailto:commercial@inskinmedia.com)

#### A propos d'Inskin Media

Inskin Media est partenaire de plus de 260 éditeurs web et travaille avec plus de 1000 marques de renom ou "blue-chip". Les campagnes média exécutées par Inskin utilisent un réseau de plus de 2000 sites web premium à l'international. Ce puissant et impact format rich media attire l'attention sur tous supports grâce à des créations eye-catching qui se mélangent parfaitement avec chaque environnement. L'expérience utilisateur étant notre considération première, nous parvenons à atteindre et garantir cette balance entre impact et expérience.

La standardisation de notre technologie permet d'assurer le bon fonctionnement de chaque ad, peu importe le support, média ou design, assurant une procédure plus simple pour les marques et agences toujours soucieuses et intéressées par l'utilisation de ces incroyables et mémorables opportunités publicitaires.

Fondé aux Royaumes-Unis en 2009, Inskin Media est désormais opérationnel à l'international à travers 8 bureaux autour du globe.

#### A propos de Lumen Research

Lumen est une boîte dont la technologie autour de l'attention est avant-gardiste, utilisant leur software eye tracking pour mieux comprendre la réalité autour de l'attention dans la publicité.

Julia Smith

The Digital Voice

+44 7799894184

[email us here](#)

Visit us on social media:

[LinkedIn](#)

---

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/537757980>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2021 IPD Group, Inc. All Right Reserved.