



Webinaire NEMO – 13/02/2025

## « La mesure de l'audience à l'ère numérique »

(Résumé rédigé par NEMO et traduit par MSW)

**Le 13 février 2025, Casey Scott-Songin a animé un webinaire NEMO qui a présenté aux participants les concepts clés d'une récente publication de NEMO. Regardez l'enregistrement pour avoir un aperçu de la mesure holistique de l'audience et des avantages de relier les audiences en ligne et hors ligne.**

Lors de ce [webinaire NEMO](#) d'une heure, Casey Scott-Songin a présenté la nouvelle publication de NEMO intitulée « [Connected Journeys : Holistic audience measurement in the age of digital](#) ». Elle a présenté aux participants des concepts clés tels que la définition d'un public de musée qui intègre les visiteurs sur place et en ligne, la manière de comprendre les expériences en ligne et sur place comme des voyages interconnectés et d'identifier les domaines d'opportunité. Elle a également expliqué comment mettre en place une pratique de mesure de l'audience qui vous aidera à prendre des décisions fondées sur des données à tous les niveaux de l'organisation.

Accéder aux [diapositives de présentation](#)

### **Approfondir la publication**

La publication « Voyages connectés : Mesure holistique de l'audience à l'ère du numérique » reconnaît l'attente croissante d'expériences transparentes dans les espaces physiques et numériques. S'appuyant sur le rapport 2023 « [La mesure d'audience à l'ère numérique](#) », elle approfondit les approches intégrées de la mesure d'audience en ligne et hors ligne.

Cette nouvelle publication, rédigée par Casey Scott-Songin et publiée par le groupe de travail NEMO sur la transformation numérique ([NEMO Working Group Digital Transformation](#)), vise à guider les musées dans leur adaptation à une société dynamique, diversifiée et numérique, et à les aider à faire face aux progrès rapides de l'intelligence artificielle, des technologies numériques et du patrimoine numérique. En tant que forums pour le discours sociétal, les musées sont confrontés au défi de préserver et de communiquer le patrimoine culturel et naturel tout en répondant aux besoins changeants des visiteurs.



Avec huit exemples de bonnes pratiques, le rapport montre comment les musées peuvent évaluer les projets, comprendre les motivations du public et innover grâce à de nouvelles méthodes de segmentation et de nouveaux indicateurs clés de performance. Avec des outils, une feuille de route pratique (page 44), des réseaux de contacts et un aperçu complet de la littérature, ce rapport donne aux musées les moyens de mieux impliquer les publics et de prospérer dans un paysage en évolution rapide.

### **Rencontrer l'oratrice et la chercheuse**

Casey Scott-Songin est une spécialiste des méthodologies d'études d'audience mixtes, qualitatives et quantitatives. Elle a plus de dix ans d'expérience dans le domaine de la recherche numérique et de la recherche sur les utilisateurs en Amérique du Nord, au Royaume-Uni et en Europe. Elle possède une connaissance approfondie des rouages du secteur culturel, puisqu'elle a été chercheuse auprès des utilisateurs au British Museum et gestionnaire principale : Data & Insight à la National Gallery de Londres.

Elle a fondé [The Creative Researcher](#) en 2021 afin d'étendre la portée des pratiques de recherche sur les publics aux organisations culturelles du Royaume-Uni et du monde entier. Depuis, elle a travaillé avec divers musées et organisations gouvernementales, tels que la Tate, le Museum of London, l'Arts Council et le Cooper Hewitt Smithsonian Design Museum à New York, afin de les aider à mieux comprendre leurs publics et à développer des pratiques de mesure de l'audience significatives au sein de leurs organisations.

Enfin, Casey est joignable via [casey@thecreativeresearcher.com](mailto:casey@thecreativeresearcher.com) afin de répondre à vos questions.

\* \* \* \* \*