

Mieux cibler son public

Autor(en): **Fisch, Florian**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Horizons : le magazine suisse de la recherche scientifique**

Band (Jahr): **31 [i.e. 30] (2018)**

Heft 116

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-821581>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Mieux cibler son public

Une start-up utilise les lois de la physique pour analyser les données de téléphonie mobile et prédire les déplacements des gens. Et promet d'optimiser ainsi le marketing de rue.

Texte: Florian Fisch
Infographie: ikonaut

1

Simuler les gens

Les foules se comportent à certains égards tels des liquides quantiques composés d'électrons ou d'atomes d'hélium. Pour Alberto Hernando de Castro de l'EPFL, il devrait être possible de prédire avec précision le comportement global de larges groupes, même si la décision de chaque individu semble indépendante.

2

Exploiter les données mobiles

La start-up Sthar analyse les données des opérateurs de téléphonie mobile. La localisation et le statut socio-économique des utilisateurs sont anonymisés par agrégation. «Nous nous intéressons aux statistiques, par exemple aux 10% qui ont moins de 25 ans et font de l'alpinisme le week-end, ou aux 15% qui prennent l'autoroute chaque jour», dit son fondateur Alberto Hernando de Castro. Grâce à des formules de thermodynamique, il peut prédire la position statistiquement la plus probable des membres de tels groupes à un moment donné.

3

Diriger les campagnes

Une app vendue par Sthar aide les partis politiques, les ONG et les entreprises à positionner leurs militants ou rabatteurs de rue au bon endroit et au bon moment. Les gares sont fortement fréquentées, mais le public cible y est souvent trop dilué. Il y aura peut-être moins de monde dans un autre endroit, mais davantage de gens au profil désiré.

VOTE
SALE
NGO

4

Surveiller épidémies et trafic

Des antennes mobiles sur les routes surveillent le trafic. Elles peuvent contribuer à améliorer les transports publics et livrer des données aux exploitants d'autoroutes. L'analyse de la mobilité aide aussi à prévoir la propagation de maladies contagieuses telles que le choléra.

mobility

epidemic