



XiTi Monitor - département études d'AT Internet - devient AT Internet Institute

XiTi Monitor, observateur de référence des comportements internet grâce au périmètre de plus de 350 000 sites audités par AT Internet, change de nom et laisse la place à AT Internet Institute.

La société regroupe ainsi l'ensemble de ses services et solutions haut de gamme sous une marque unique, AT Internet, pour réaffirmer sa vocation première : fournir des services de qualité permettant à ses clients d'optimiser leur présence on-line.

De XiTi Monitor à AT Internet Institute : une nouvelle synergie

En septembre 2008, XiTi a repris le nom de son éditeur historique AT Internet. Un positionnement opéré pour scinder son offre en deux : d'un côté la marque AT Internet pour toutes les offres haut de gamme dédiées à la Online Intelligence, de l'autre les solutions gratuites et d'entrée de gamme distribuées via la marque XiTi.

XiTi Monitor se devait de changer de nom pour AT Internet Institute afin de s'inscrire dans la stratégie globale de l'entreprise et de s'appuyer sur la marque unique AT Internet pour toutes les solutions haut de gamme. Les valeurs fondatrices de la société : l'expérience, la qualité, l'innovation, et la dimension internationale des services seront ainsi regroupées.

Ainsi, cette identité de marque unique renforce la position de leader sur le secteur du web analytics et favorise sa reconnaissance sur ce marché. Une évolution confortée par la volonté de la société AT Internet de se déployer tant au niveau national qu'international.

L'offre AT Internet Institute : un savoir faire plebiscité par les professionnels du secteur

Acteur de référence, depuis 5 années de l'analyse des évolutions du web, XiTi Monitor bénéficie d'une notoriété internationale et d'un savoir faire reconnu.

L'ambition d'AT Internet Institute est d'offrir un service de qualité adapté aux besoins spécifiques des professionnels du web.



Au delà des études publiées sur son site, AT Internet Institute propose une large gamme d'études, basées sur l'expertise de ses spécialistes et la fiabilité des données mesurées. Cette gamme se décline en trois types d'études :

- Online Market Study : pour déceler les spécificités web d'un secteur d'activité en sélectionnant des analyses à la carte.
- Online Website Study : pour analyser la performance d'un site web en sélectionnant des analyses à la carte.
- Online Activity Barometer : pour situer chaque mois les performances d'un site web dans son univers de concurrence, avec 3 niveaux de comparaison (le site, son secteur d'activité et le « tous secteurs Internet ») sur une liste pré-définie d'indicateurs.

A propos de AT Internet : www.atinternet.com

AT Internet est une société de référence en web analytics depuis 1995. Sa technologie et son indépendance lui ont permis de faire évoluer le marché du web analytics. Elle fournit, désormais en temps réel, une analyse fiable et exhaustive des sites web, intranet et mobiles. C'est l'information décisionnelle du online : online intelligence. La robustesse et la fiabilité de sa plateforme technologique constitue une solution unique. Créateur d'informations utiles, elle aide l'ensemble des métiers de votre entreprise à améliorer qualité et performance.

Les données collectées et traitées sont exhaustives et gage de fidélisation et de rentabilité. Elles offrent une vision nouvelle globale ou détaillée de l'activité online pour une décision efficace à chaque niveau hiérarchique. De plus le nombre de sites audités (plus de 350.000) autorise la mise à disposition de données de benchmark exclusives.

AT Internet Institute (www.atinternet-institute.com) est le département études d'AT Internet et a pour objectif d'observer les comportements internet.

Contacts Presse

Le Public Système

Prescilia Holleville et Mélanie Gallet

Tél. : +33 1 41 34 23 02 / 21 27

E-mails : pholleville@lepublicsysteme.fr - mgallet@lepublicsysteme.fr