

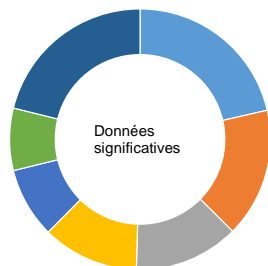
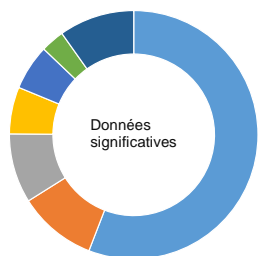


S
Y
N
T
H
E
S
I
O

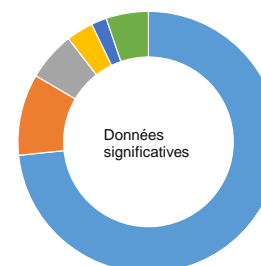
BIARRITZ - PAYS BASQUE JANVIER À DECEMBRE 2019

Chiffres Clés

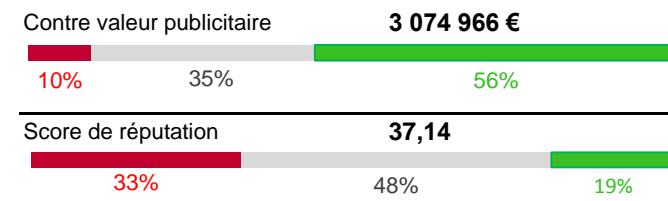
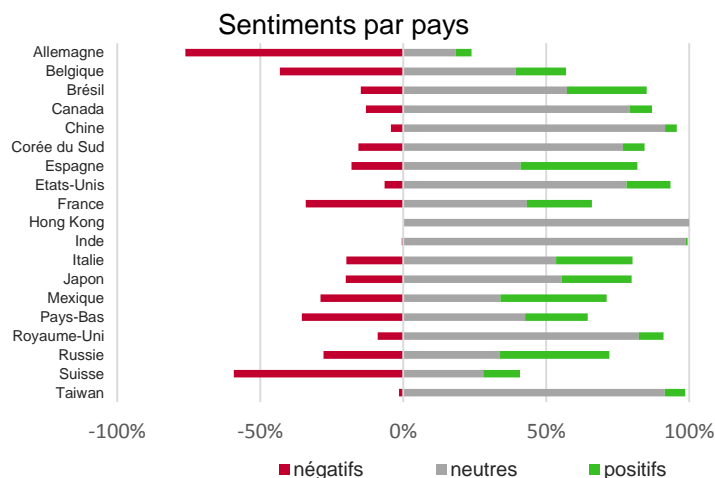
- » 37,14 de Social Reputation Score
- » 389 305 mentions
- » 7 958 millions de vues en 12 langues
- » 3 074 966 € de contre valeur publicitaire



- Attentats & Sécurité 21%
- Montagne 16%
- Patrimoine et culture 13%
- Littoral 12%
- Sports 9%
- Oenotourisme et gastronomie 8%
- Autres 21%



- Twitter 73%
- Video and Photo Sharing 10%
- General news, Magazine 6%
- Regional newspaper 3%
- Social network 2%
- Autres 5%



Au delà d'une saison à l'actualité forte et atypique (Fêtes de Bayonne, sommet du G7, attentat de Bayonne), la destination Biarritz-Pays-Basque conserve de bons fondamentaux. Ces différents sujets, étroitement associés au territoire ont entraîné (directement ou indirectement) le SRS* à la baisse depuis l'été (43 pts en juillet, 34 en août, 12 en octobre, 29 en novembre). La portée de ces actualités reste à évaluer sur le moyen terme : même si le G7 disparaît des écrans à partir de novembre (mis à part en Allemagne). Les items habituellement associés à la destination sont toujours actifs : Le littoral est valorisé dans sa dimension paysagère à l'occasion de balades et partages de clichés. Il est rattaché au surf (7ème# le plus partagé) et aux vacances (1 107 mentions - #vacances). Le rugby génère une image positive autour de la remontée en Top 14 obtenue par Bayonne et des premiers résultats positifs de la saison. Cesta Punta et Pelote Basque sont partagées en fil rouge tout au long de l'année avec une prime pour les échanges avec l'Espagne. Une grande partie des connotations négatives relevées sur les marchés internationaux est à regarder sous l'angle du G7, du naufrage du Grande America et de l'attentat de Bayonne. Ils n'excluent pas, par ailleurs, des échanges beaucoup plus positifs sur la destination (liés au surf par exemple).



Aide / Définitions

Mention :

Une mention est l'équivalent d'une citation.

Lorsque **Synthesio scanne les contenus**, chaque fois que la marque à analyser est mentionnée, que ce soit **directement en citant la marque** ou **indirectement en utilisant des mots-clés** y faisant référence, **Synthesio interprète les citations et les qualifie, positivement, négativement ou de façon neutre.**

C'est un **indicateur quantitatif de la présence digitale.**

Sentiment :

Cet indicateur, via un algorithme propriété de Synthesio, **analyse et classe les mentions selon 3 tonalités : positive, neutre et négative.**

Ce classement est réalisé par Synthesio qui en scannant les contenus parvient à déterminer une **tendance générale de la mention.**

C'est un indicateur important pour **suivre l'e-réputation d'une marque.**

Vue :

Le nombre de vues représente le **nombre de fois que les posts sont susceptibles d'être lus.**

Portée :

La portée représente le nombre de **personnes que l'ensemble des mentions ont pu atteindre.** Synthesio travaille sur 12 langues différentes.

Social Réputation Score (SRS) :

Le SRS est un indicateur **propriété de Synthesio** qui évalue votre marque ou votre produit **dans le temps** en fonction du **volume de post, de la tonalité des posts, ou du degré d'influence du rédacteur.** On obtient ainsi une vue holistique du sentiment général généré par une marque tel qu'exprimée via les canaux en ligne.

Le SRS permet ainsi d'évaluer l'expérience client et de prédire la croissance de votre marque en se basant sur les tendances identifiées sur les réseaux sociaux.

Suivant les besoins et objectifs, des déclinaisons du SRS peuvent être utilisées dans les commentaires pour expliquer ou relativiser des phénomènes.

SRS par volume (par défaut sur la fiche) est obtenu en utilisant un mélange de volume et de sentiments. Synthesio calcule un score en mettant l'accent sur le volume

SRS par sentiments Synthesio calcule un score en mettant l'accent sur le sentiment, la tonalité du post.

SRS par influence cet indicateur incorpore le 'Synthesio Rank' dans l'algorithme pour mettre davantage l'accent sur les influenceurs et leur poids dans la sphère digitale.

Ces indicateurs vous permettent de :

- **Suivre** votre évolution,
- **Comprendre** vos forces, faiblesses, opportunités et menaces

Pour :

- **Parfaire** votre présence sur le web
- **Maitriser** la réputation de votre marque

Contre-Valeur Publicitaire (CVP) ou Earned Media Value (EMV):

La Earned Media Value (EMV) offre un aperçu de la valeur monétaire des publications sur les réseaux sociaux. Autrement dit, il s'agit d'une **estimation de la valeur du buzz** généré par les internautes qui relaient spontanément ou interagissent avec les marques sur les réseaux sociaux.

Ainsi l'EMV ou CVP mesure l'impact des interactions (préférence, retweets, partage, etc.) sur les principaux réseaux sociaux. Les pondérations **sont basées sur la valeur approximative de chaque interaction individuelle.** Les valeurs pondérées sont généralement basées sur les valeurs des blocs d'annonces.

Exemple : une vidéo vue sur YouTube = 0.03\$ une vidéo vues 5 000 fois à 0.03\$ par vues, génère 150,00 \$

