



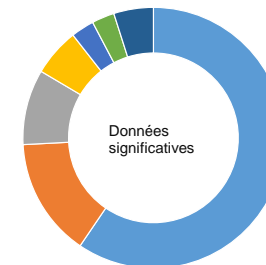
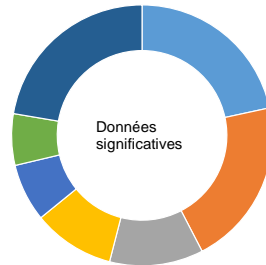
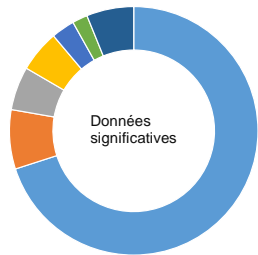
S
Y
N
T
H
E
S
I
O

BIARRITZ - PAYS BASQUE

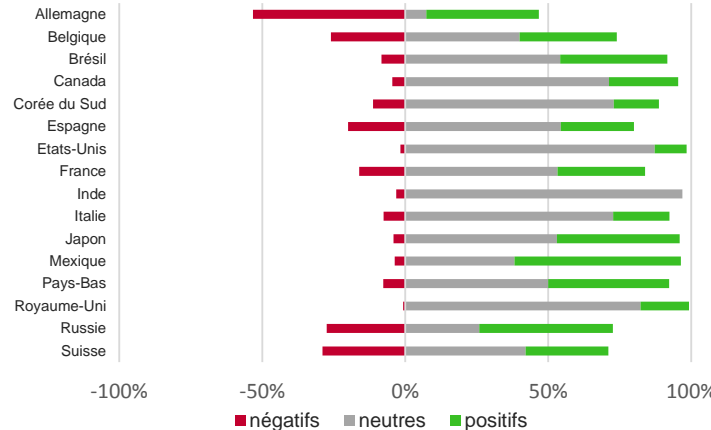
MARS 2019

Chiffres Clés

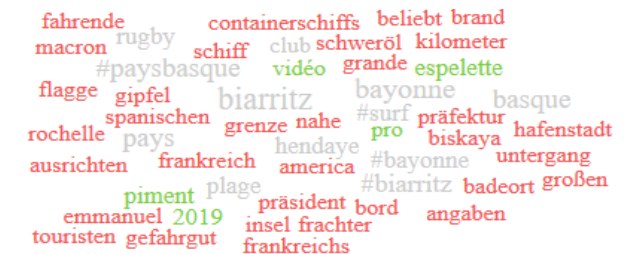
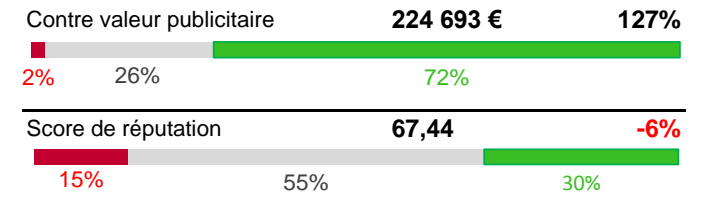
- » 67,44 de Social Reputation Score
- » 13 449 mentions
- » 538 millions de vues en 12 langues
- » +42,84% de visibilité par rapport à février 2019
- » 224 693 € de contre valeur publicitaire



Sentiments par pays



Évolution par rapport à février 2019



Biarritz Pays-Basque fait l'actualité des réseaux sociaux avec 13 449 mentions, une portée* en hausse de plus de 40% et une CVP qui fait plus que doubler en un mois avec 224 693€. Cette visibilité se nourrit de l'actualité plutôt défavorable du naufrage du Grande America le 12 mars et de l'arrivée de la "belle saison" propice au surf et aux activités de plein air. Une journée comme le 23 mars symbolise bien ce double visage de la destination en mars. Le naufrage du porte-conteneur fait toujours recette sur les réseaux sociaux avec des échanges nourris sur les oiseaux mazoutés retrouvés sur la côte (Hendaye) et dans le même temps le surf et les "balades" en bord de plage avec photos à l'appui sont abondamment relayées avec l'annonce du Biarritz QuickSilver qui contribue à faire du #surf est le 4ème hashtag le plus utilisé. Ces thématiques sont récurrentes tout au long du mois. Le 16 mars, un cliché d'@enjoynature sur les plages de bayonne-Biarritz occasionne 304 partages et 1150 interactions.

En début de mois, le mouvement des gilets jaunes fait irruption sur les réseaux sociaux à l'occasion d'une opération plage propre à Hendaye, le tout avec une connotation positive. Au final, le SRS* de la destination bien qu'en légère baisse de 4 pts reste à un niveau élevé (67,4 pts).



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 \$

