



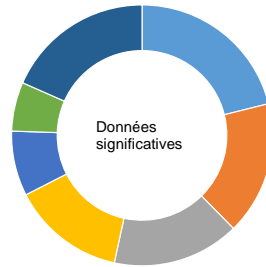
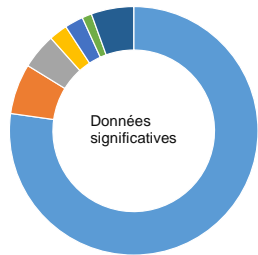
S
Y
N
T
H
E
S
I
O

BIARRITZ - PAYS BASQUE

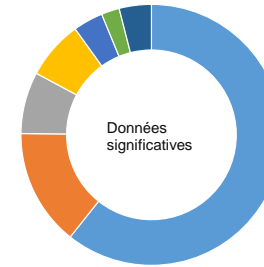
AVRIL 2019

Chiffres Clés

- » 71,35 de Social Reputation Score
- » 16 874 mentions
- » 449 millions de vues en 12 langues
- » -15,38% de visibilité par rapport à mars 2019
- » 169 249 € de contre valeur publicitaire



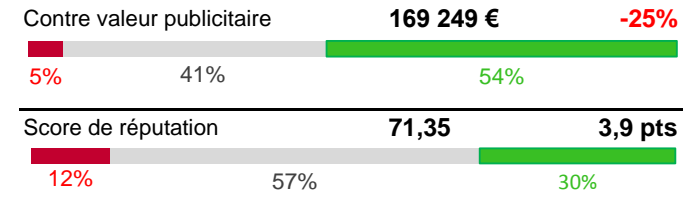
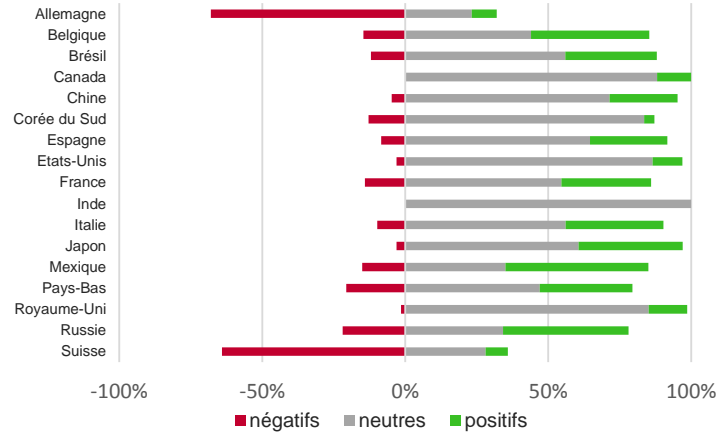
- Oenotourisme et gastronomie 21%
- Sports 17%
- Littoral 16%
- Patrimoine et culture 14%
- Ecotourisme 8%
- Montagne 6%
- Autres 18%



- Twitter 61%
- Video and Photo Sharing 14%
- General news, Magazine 8%
- Regional newspaper 7%
- Social network 4%
- Forum 2%
- Autres 4%

Évolution par rapport à mars 2019

Sentiments par pays



La destination Biarritz Pays-Basque cumule près de 17 000 mentions en avril (+25% par rapport à mars). L'image véhiculée sur les réseaux suit la même tendance avec un SRS à 71,4 pts en hausse de 4 pts, délestée de l'effet négatif associé au naufrage du Grande America. L'actualité d'avril a des effets plus variés : un débat télévisé en début de mois met le piment d'Espelette sur le devant de la scène. L'exemple pris par l'une des têtes de liste (N.Loiseau) est abondamment repris et commenté avec 1 423 interactions, 427 retweets et 996 j'aime concentrés du 4 au 7 avril. Ils font de N.Loiseau le 1ère influenceuse de la destination en avril. A noter que les échanges ont des connotations très diverses (positives, négatives ou "neutres"). On notera dans le même temps, l'irruption du futur G7 de Biarritz cité à l'occasion de nombreuses publications relayées par des médias en langue allemande. Ils expliquent la forte part de sentiments négatifs relevée pour l'Allemagne et la Suisse. En dehors de l'actualité, Biarritz Pays-Basque s'appuie tout au long du mois sur son littoral qui fait l'objet de partages photos : Pablo Ordas - 361 interactions le 17 avril ou encore un coucher de soleil le 9-avril sur la grande plage générant 136 interactions. Dans les 2 cas, le partage ne se limite pas aux "clientèles locales". Les hébergements sont également à l'honneur, avec l'annonce de l'arrivée d'un nouveau directeur pour l'hôtel du Palais en provenance de l'hôtel Martinez à Cannes.



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 \$

