

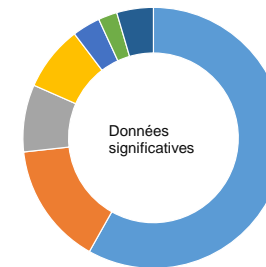
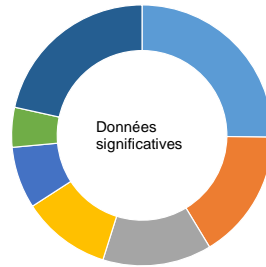
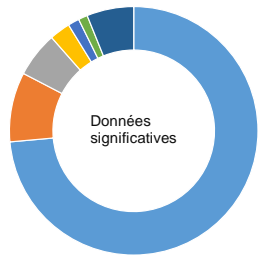


S
Y
N
T
H
E
S
I
O

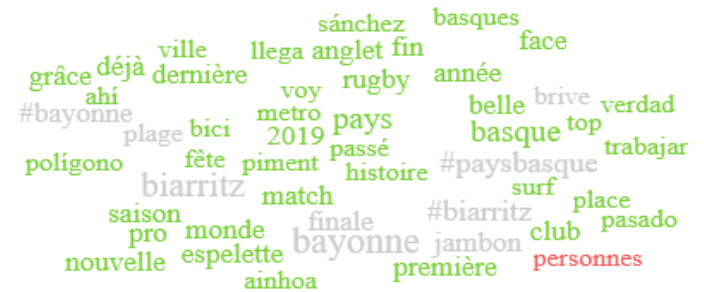
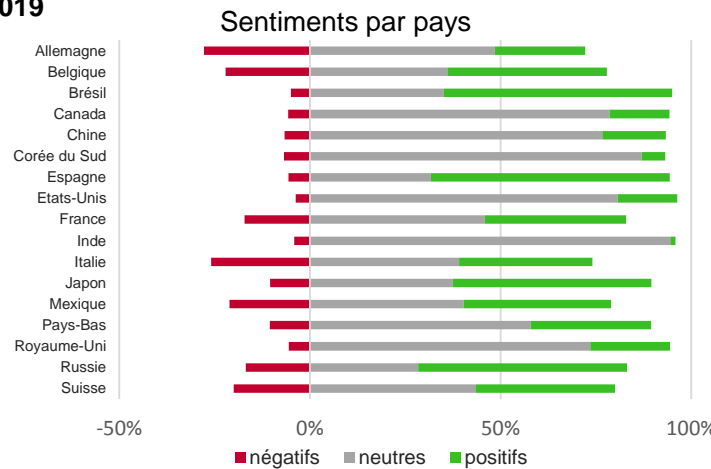
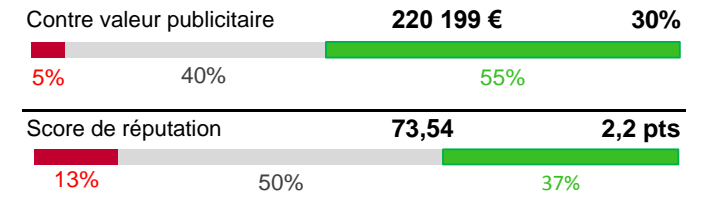
BIARRITZ - PAYS BASQUE MAI 2019

Chiffres Clés

- » 73,54 de Social Reputation Score
- » 17 446 mentions
- » 523 millions de vues en 12 langues
- » +15,61% de visibilité par rapport à avril 2019
- » 220 199 € de contre valeur publicitaire



Évolution par rapport à
avril 2019



La destination Biarritz Pays-Basque est identifiée au travers de son actualité sportive, de son littoral et de son patrimoine gastronomique. Le sport s'impose en mai avec une fin de saison positive pour Bayonne sur le chemin d'une accession en Top 14 et un mondial de Long board à Biarritz du 26 mai au 02 juin. Pour ce dernier, l'écho débute dès le 23 avec des partages en amont et un écho international affirmé (USA, Grande-Bretagne et Espagne). Plus généralement le littoral est présent dans les échanges tout au long du mois de mai. La pratique du surf et les clichés des plages (Anglet ce mois-ci) sont aux premières loges. Le littoral est aussi un lieu de revendications, de messages sur des sujets comme la sauvegarde du climat et de l'océan, ou une chaîne humaine en soutien aux migrants et réfugiés (thèmes récurrents à la destination depuis plusieurs mois). Du côté des événementiels associés à Biarritz-Pays-Basque, l'écho est plus variable. Le Wheels and Waves de Biarritz bénéficie d'un relai efficace via le Japon et l'annonce du partenariat avec Breitling-Japon (le 09-mai). A l'inverse, l'annulation subite de "Biarritz en été" suscite surprise et commentaires des internautes. De son côté, la perspective du G7 fait parler à travers de nombreux articles en France comme à l'étranger (USA, GB, ...) et génère des commentaires tels que "entre l'arrêt du festival et l'incroyable ville morte pendant le G7, ... drôle de saison touristique cet été".



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 \$

