



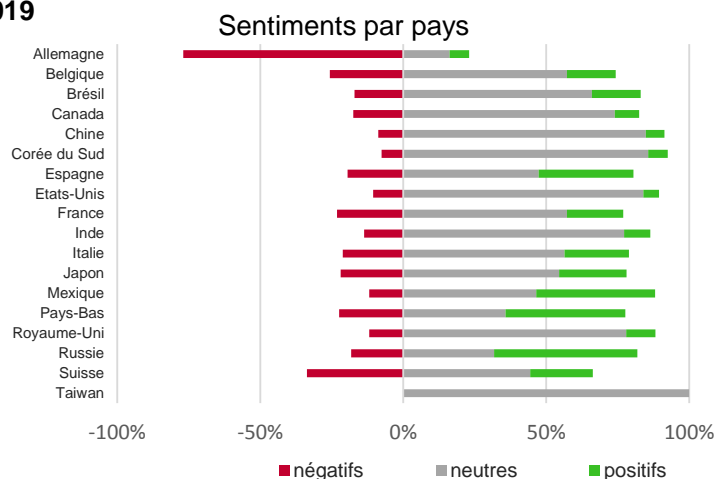
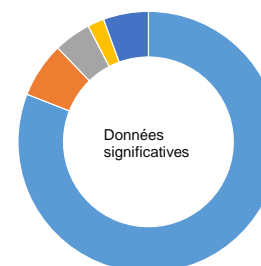
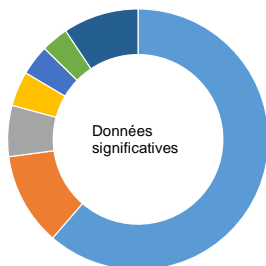
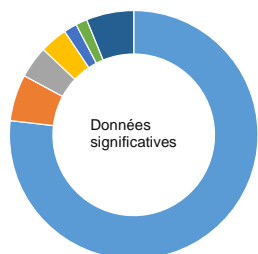
S
Y
N
T
H
E
S
I
O

BIARRITZ - PAYS BASQUE

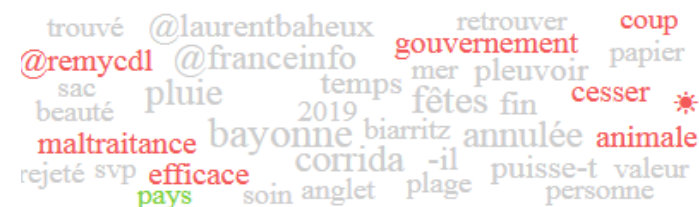
JUILLET 2019

Chiffres Clés

- » 42,94 de Social Reputation Score
- » 41 853 mentions
- » 849 millions de vues en 12 langues
- » +26,69% de visibilité par rapport à juin 2019
- » 749 470 € de contre valeur publicitaire



	Évolution par rapport à juin 2019	
Contre valeur publicitaire	749 470 €	318%
Score de réputation	42,94	-38,9 pts



Les Fêtes de Bayonne donnent le La pour la destination en juillet, avec plus de 20 000 mentions relevées du 24 au 28. Le sujet principal (environ 15 000 mentions) est lié à l'annulation de la corrida des Fêtes en raison des intempéries. Elle génère une réaction en chaîne des opposants à la tauromachie avec un commentaire "puisse le soleil ne jamais revenir sur Bayonne" repris 1200 fois. Dans le même temps, #stopcorrida (4ème rang) et #souffranceanimale (5ème) sont présents dans plus de 1 200 mentions et entraînent à la baisse le SRS* (43 pts pour 82 pts en juin). S'agissant de l'ensemble des Fêtes, les échanges sont nourris et positifs avec des #fdb2019 et #fetesdebayonne où le positif (38%) domine un négatif (8%) réduit à la portion congrue autour d'une vidéo sur les déchets jetés dans la Nive et des contrôles sanitaires. A noter que les enjeux de sécurité, très actifs sur les réseaux pour l'édition 2018 sont quasiment absents en 2019. L'essentiel des échanges est donc positif avec des "superbe week-end", "toujours aussi parfait malgré la canicule", "des amis en or" et "merci bayonne". Le 2ème sujet est le G7 dont la perspective génère une activité limitée aux médias qui relaient les incertitudes économiques (bourses mondiales). Il est à l'origine des mentions (négatives) associées aux pays étrangers, en particulier en Allemagne où elles ne sont pas compensées par les échanges (positifs) liés au littoral et au surf, vantés par les touristes en séjour.



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 \$

