

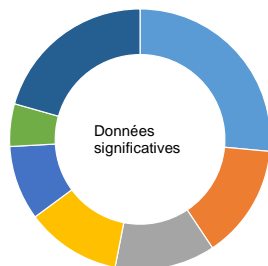
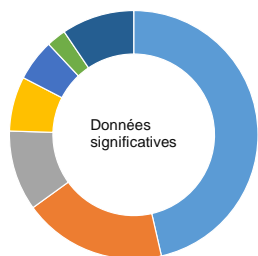


S
Y
N
T
H
E
S
I
O

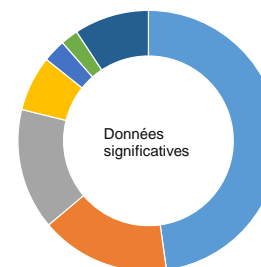
BIARRITZ - PAYS BASQUE SEPTEMBRE 2019

Chiffres Clés

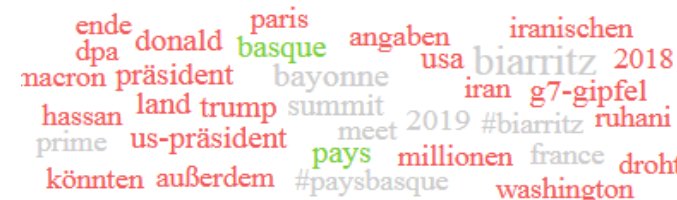
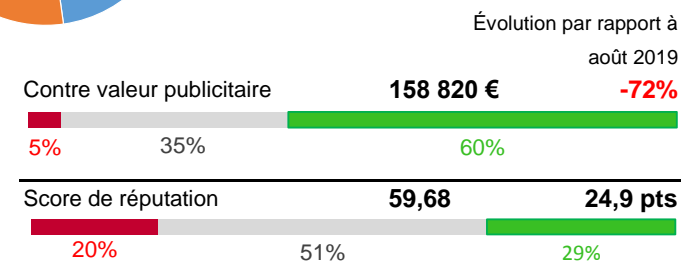
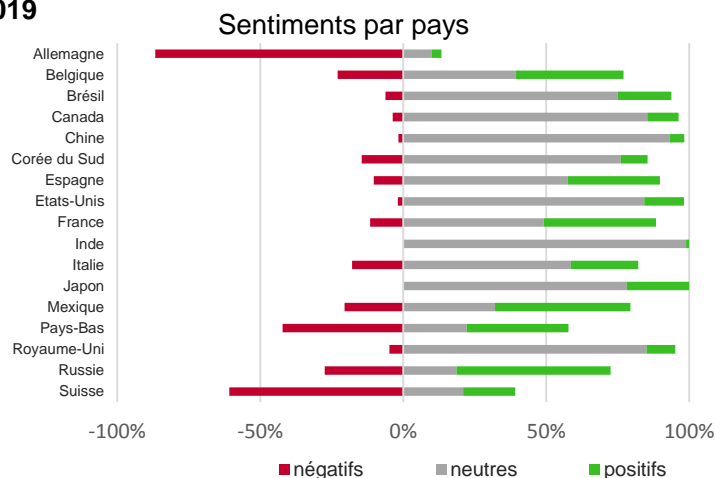
- » 59,68 de Social Reputation Score
- » 15 481 mentions
- » 274 millions de vues en 12 langues
- » -89,54% de visibilité par rapport à août 2019
- » 158 820 € de contre valeur publicitaire



- Montagne 26%
- Sports 14%
- Patrimoine et culture 12%
- Littoral 12%
- Oenotourisme et gastronomie 9%
- Vie Nocturne 5%
- Autres 21%



- Twitter 48%
- General news, Magazine 16%
- Video and Photo Sharing 15%
- Regional newspaper 7%
- TV, radio 3%
- National newspaper 2%
- Autres 9%



Après un été hyper actif à l'ombre des fêtes de Bayonne et du G7, la E-réputation de la destination semble reprendre des contours et des volumes habituels, même si le SRS* avec à peine 60 pts reste loin de son niveau initial (82 pts en juin). En cause un G7 toujours actif dans les conversations en particulier à l'international à l'occasion de rencontres bilatérales entre chefs d'états (Inde, Russie, Iran, ...). On citera également des faits divers associés comme ces "activistes" allemands du contre G7 arrêtés en France et passant du statut de "vacanciers" à celui de "prisonnier". Les évolutions de l'enquête (priviliégiant les "vacanciers") sont relayées par les médias allemands et des pays voisins et sont à l'origine de l'essentiel des connotations négatives de ces pays. Dans le même temps, Biarritz et le littoral basque (Anglet) retrouvent leurs usagers habituels qui échangent sur des sujets positifs grâce à "l'été indien" qui règne en septembre. Pour @jpphoto64, "la nature m'apaise" et entraîne plus de 500 interactions. Le surf reprend aussi sa place avec le 9ème rang des # les plus employés par des pratiquants-passionnés ou sur le sujet (fédérateur) de la candidature aux JO 2024. Pour tous ces échanges, Instagram est l'un des vecteurs privilégiés (10% en septembre pour 1% en août). Par ailleurs, l'image rugby de la destination est active et positive en lien avec les résultats de l'Aviron Bayonnais.



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 \$

