

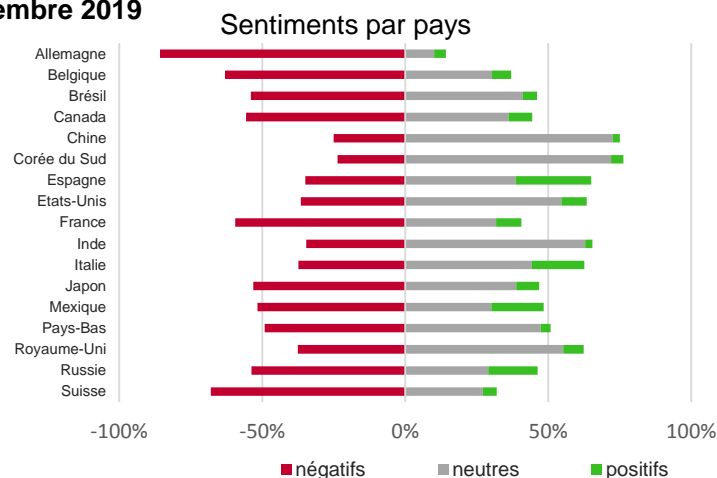
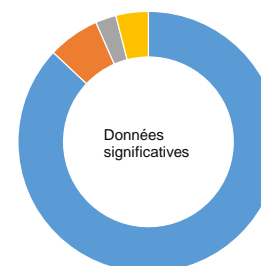
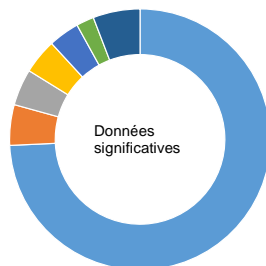
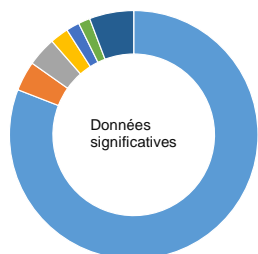


S  
Y  
N  
T  
H  
E  
S  
I  
O

# BIARRITZ - PAYS BASQUE OCTOBRE 2019

## Chiffres Clés

- » 12,5 de Social Reputation Score
- » 93 334 mentions
- » 659 millions de vues en 12 langues
- » +114,98% de visibilité par rapport à septembre 2019
- » 285 184 € de contre valeur publicitaire



	Évolution par rapport à septembre 2019
Contre valeur publicitaire	285 184 € <b>80%</b>
Score de réputation	12,50 <b>-47,2 pts</b>



Après le G7 du mois d'août, la destination enchaîne les actualités "fortes" sur les réseaux sociaux. L'attentat de la Mosquée de Bayonne domine les échanges avec des volumes de mentions multipliés par 6 et un SRS\* associé en chute libre à 12,5 pts. L'association à la destination peut être observée sous des angles différents : Elle est forte si l'on considère le rappel systématique de la localisation dans les échanges ("l'attentat de Bayonne" ; "la mosquée de Bayonne") ; elle est très relative si l'on observe qu'aucun sujet ou échange ne dérive sur le thème du territoire de l'attentat (quels que soient les points de vues exprimés). On note également peu "d'analogies" faites avec la destination ni de liens avec ses actualités, sites ou manifestations emblématiques. Dans le même temps, la destination reste associée à ses thématiques habituelles, même s'il est difficile d'en apprécier l'évolution précise des volumes du fait d'homonymies (le terme "voile" ayant plusieurs sens). L'arrière saison est animée par des partages de clichés venant d'influenceurs, institutionnels ou particuliers. Ainsi Pays-Basque-Tourisme génère plus de 2000 interactions pour un cliché de la villa Belza. A l'étranger, on notera des partages en Russie et au Japon (dans leur langue natale) de séjours à Hendaye ou Biarritz. En arrière-saison, les hébergements (hôteliers) de la destination sont unanimement salués pour leurs qualités dans les commentaires.



## 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 \$

