

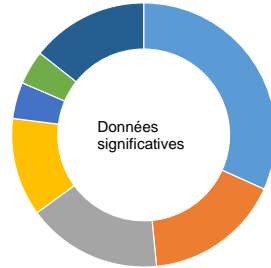
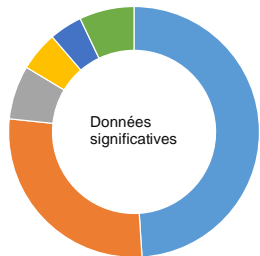


S
Y
N
T
H
E
S
I
O

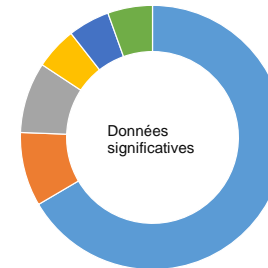
PAU – PYRÉNÉES FÉVRIER 2019

Chiffres Clés

- » **69,72 de Social Reputation Score**
- » **20 449 mentions**
- » **967 millions de vues en 12 langues**
- » **-10,10% de visibilité par rapport à janvier 2019**
- » **199 410 € de contre valeur publicitaire**



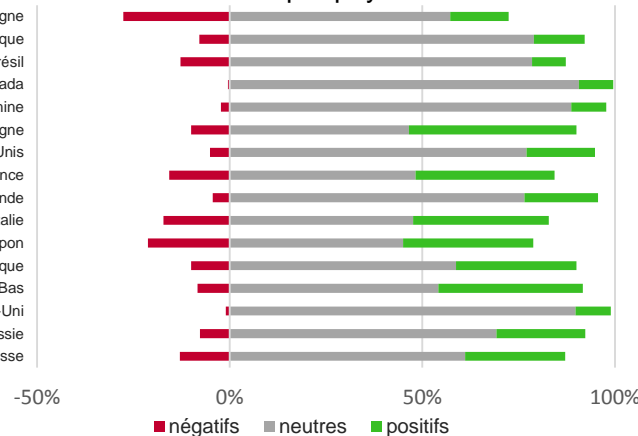
- Ecotourisme 32%
- Sports 17%
- Montagne 17%
- Patrimoine et culture 12%
- Transport 4%
- Shopping 4%
- Autres 14%



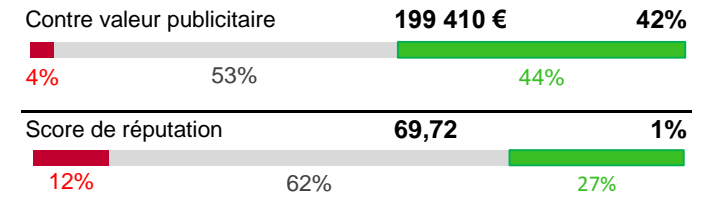
- Twitter 67%
- General news, Magazine 9%
- Video and Photo Sharing 9%
- Forum 5%
- Regional newspaper 5%
- Autres 5%

Allemagne
Belgique
Brésil
Canada
Chine
Espagne
Etats-Unis
France
Inde
Italie
Japon
Mexique
Pays-Bas
Royaume-Uni
Russie
Suisse

Sentiments par pays



Évolution par rapport à
janvier 2019



Dans la foulée du mois de janvier, l'actualité est hivernale pour Pau-Pyrénées. La 1ère décennie connaît une activité intense en lien avec les abondantes chutes de neige sur le massif. Le pic journalier est atteint le 02 février avec plus de 700 mentions. Les échanges mêlent conditions de circulation, pratique du ski, randonnées et partage de paysages. Dans ce contexte, un réseau comme Instagram se distingue avec plus de 700 mentions pour un cumul de 12 000 commentaires et 495 000 likes. Le 17 février, un cliché partagé par @Astro_david des pyrénées enneigées vues de satellite suscite 2 629 "j'aime". Pour l'ensemble, les contenus sont à 30% positifs, 57% neutres et 13% négatifs et le SRS* en volumes dépasse les 60pts. Les principaux influenceurs (tous réseaux confondus) sont @enjoynature, @baladesympa et @pic_ossau qui cumulent à eux trois, 163 mentions et 2,3 millions de portée. Il est à noter une très bonne adéquation entre la ville de Pau et les Pyrénées, via de multiples clichés du massif pyrénéen pris depuis la ville et les nombreux commentaires qui vont avec de la part de résidents ou de touristes. Les contenus les plus négatifs sont réservés à une actualité polémique : "la ferme industrielle de 17 000 porcs à Escoubes en Béarn", mais dont l'écho sur les réseaux sociaux ne va pas au-delà de un ou deux jours. Les contenus associés au marché allemand sont sans lien direct avec la destination ou trop faibles en volumes pour être significatifs.



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 \$

