

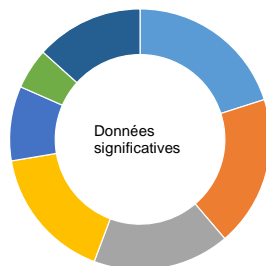
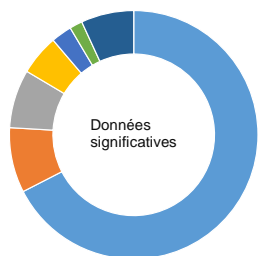


S  
Y  
N  
T  
H  
E  
S  
I  
O

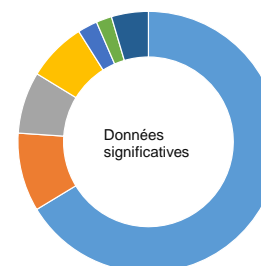
# PAU – PYRÉNÉES MAI 2019

## Chiffres Clés

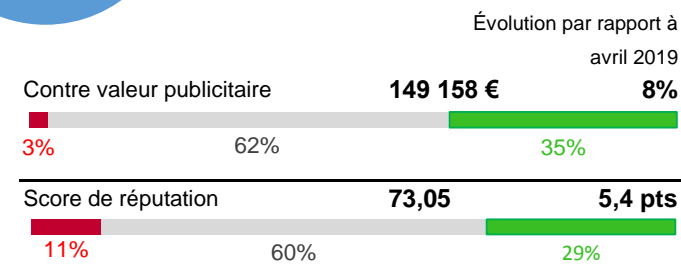
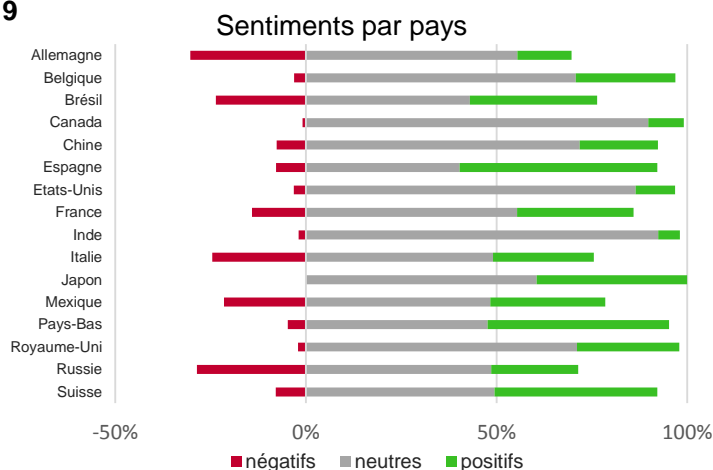
- » 73,05 de Social Reputation Score
- » 17 043 mentions
- » 982 millions de vues en 12 langues
- » -8,28% de visibilité par rapport à avril 2019
- » 149 158 € de contre valeur publicitaire



- Ecotourisme 20%
- Sports 19%
- Montagne 17%
- Patrimoine et culture 17%
- Transport 9%
- Vie Nocturne 5%
- Autres 13%



- Twitter 66%
- General news, Magazine 10%
- Video and Photo Sharing 8%
- Regional newspaper 7%
- Social network 2%
- Forum 2%
- Autres 5%



Avec un volume de mentions qui passe de 15 à 17 000 en un mois, un SRS qui gagne 6 pts et une contre-valeur-publicitaire qui progresse de 8%, la notoriété et l'image associée à la destination est bonne sur les réseaux sociaux. Pau-Pyrénées est particulièrement bien rattachée à la destination France ce mois-ci avec des #magnifiquefrance (4ème), #beautifulfrance (7ème) et #france (23ème) très actifs. Ils sont synonymes d'une forte présence sur les marchés internationaux, pays anglo-saxons en tête (16% des mentions pour USA, Canada et Grande-Bretagne réunis). Les thématiques associées à ces contenus ont majoritairement une connotation nature (#nature au 3ème rang), via des partages de clichés. Au mois de mai, avec la réouverture de cols et routes de montagnes, les partages de "balades et randonnées" se multiplient. Le Pic du Midi d'Ossau est un des principaux sujets avec 3 hashtags qui cumulent plus de 500 mentions. La vue de la chaîne depuis le Boulevard des Pyrénées à Pau est maintes fois partagée par les internautes, français ou étrangers. En contrepoint, la destination peut être associée à des contenus négatifs (même s'ils sont moins nombreux en mai) avec un épisode de coulées de boue et d'inondations y compris dans la partie Nouvelle-Aquitaine, et un article portant sur le devenir des petites stations de sport d'hiver des Pyrénées.



## 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 \$

