

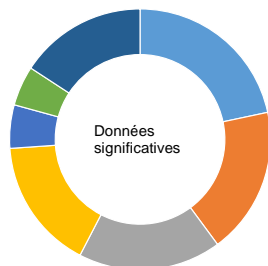
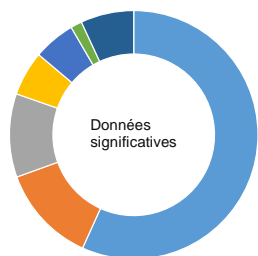


S
Y
N
T
H
E
S
I
O

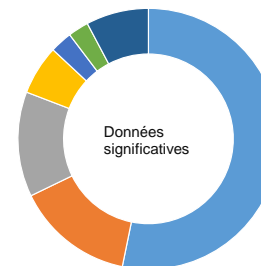
PAU – PYRÉNÉES JUILLET 2019

Chiffres Clés

- » 75,84 de Social Reputation Score
- » 18 303 mentions
- » 1 036 millions de vues en 12 langues
- » +10,53% de visibilité par rapport à juin 2019
- » 255 842 € de contre valeur publicitaire



- Montagne 22%
- Sports 18%
- Ecotourisme 18%
- Patrimoine et culture 16%
- Vie Nocturne 5%
- Transport 5%
- Autres 16%

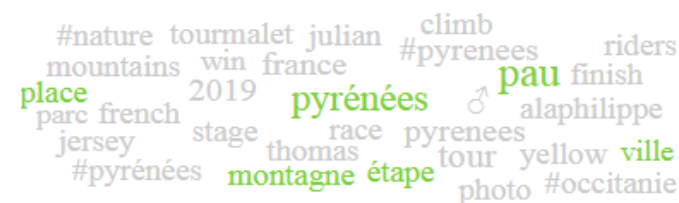
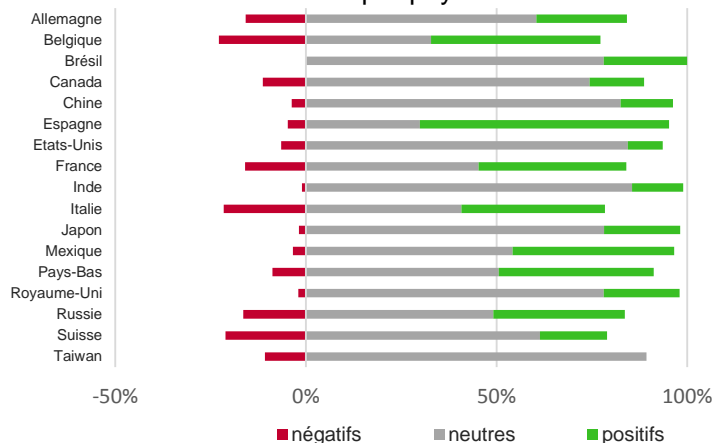


- Twitter 53%
- General news, Magazine 15%
- Video and Photo Sharing 13%
- Regional newspaper 6%
- TV, radio 3%
- National newspaper 3%
- Autres 8%

Évolution par rapport à
juin 2019

Contre valeur publicitaire	255 842 €	157%
Score de réputation	75,84	3,4 pts

Sentiments par pays



Un mois de juillet où le Tour de France dispute à l'image nature-randonnée la première place de la destination. La baisse du nombre de mentions (-23%) est compensée par une visibilité en hausse (+10,5%) grâce à la portée de contenus liés au Tour de France qui ont une dimension plus internationale (43% en juillet pour 32% en juin) avec une part accrue pour les Etats-Unis, la Grande-Bretagne et l'Italie. Le pic d'activité est atteint le 19 avec le passage à Pau et la victoire de J.Alaphilippe (1 435 mentions). L'ensemble de la séquence génère plus du tiers du volume mensuel en 4 jours. Dans le même temps les attributs habituels de la destination sont toujours bien présents, avec une image nature et randonnée forte (#nature 3ème rang, #randonnée 5ème) et une association à la destination France fréquente (#magnifiquefrance et #france). Les échanges portent sur les paysages (une vue prise du sommet du Pic du Midi le 19) ou des partages de randonnées en famille ou entre amis avec parfois plus d'une centaine d'interactions. Parmi les destinations "pyrénées", #bearn se distingue au 14ème rang des hashtags devant #pau au 16ème rang. A noter la part plus réduite qu'en juin de contenus sans rapport direct avec la destination. Les contenus négatifs notés pour la Suisse, l'Italie, la Russie ou encore l'Italie sont en lien avec le Tour de France et les performances respectives des concurrents de ces pays.



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 \$

