

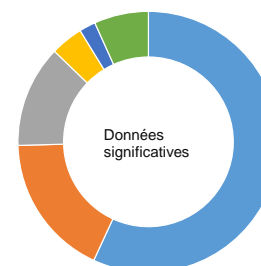
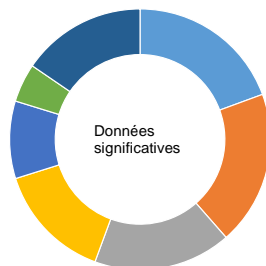
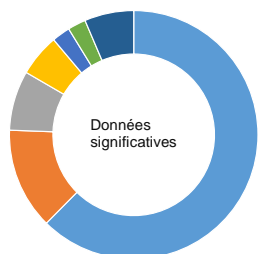


S
Y
N
T
H
E
S
I
O

PAU – PYRÉNÉES SEPTEMBRE 2019

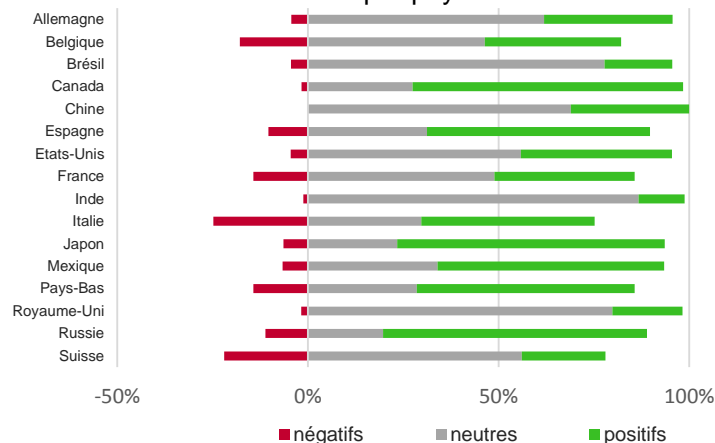
Chiffres Clés

- » 80,94 de Social Reputation Score
- » 14 777 mentions
- » 520 millions de vues en 12 langues
- » -17,54% de visibilité par rapport à août 2019
- » 110 057 € de contre valeur publicitaire



Évolution par rapport à août 2019

Sentiments par pays



Contre valeur publicitaire	110 057 €	-15%
Score de réputation	80,94	-2,8 pts

midi immobilier villa vendeur pièces laforêt
 #occitanie prix 000 2019 #pyrénées pic
 vue #pyrenees ges 2019 #pyrénées honoraire
 maison pau pyrénées #nature dpe
 charge vendre orthéz pyrenees cuisine terrain
 #baladesympa intégralement 64300

A la suite de la période estivale, la destination Pau-Pyrénées laisse une image forte et positive sur les réseaux sociaux en septembre. Le SRS* se maintient à plus de 80 pts et la visibilité est supérieure à 500 millions de vues. La E-réputation s'appuie majoritairement sur des images, visuels ou clichés abondamment partagés sur tous les types de réseaux qu'il s'agisse de twitter (57%), YouTube (10%) ou Instagram (7%). La Vallée d'Aspe et le Pic du midi d'Ossau drainent l'essentiel de l'activité durant le mois de septembre grâce aux conditions météorologiques favorables stimulant l'activité de randonnée. et la prise de clichés. Le 10 septembre, l'arrivée des premières neiges sur les plus hauts sommets (Gourette et Pic d'Ossau) est saluée. Plus tard dans le mois, ce sont des clichés de "mer de nuage" qui sont le plus partagés depuis les sommets. Tous ces échanges sont bien associés aux #béarn, #pyrénéesatlantiques et #ossau entre autres.

Pour le #paysbasque, ce sont des clichés valorisant "l'été indien" ou encore la Villa Arnaga à Cambo-Les-Bains. Le #pau est lié à différentes thématiques comme la filière équestre, l'architecture & l'histoire, le sport (Top14-Rugby) et l'actualité locale. On notera enfin la résonance particulière liée au passage de la Vuelta cycliste lors d'une étape entre Jurançon et Pau, avec un fort écho à l'international (l'Espagne passant de 9 à 13% des mentions).



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 \$

