

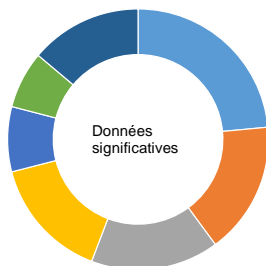
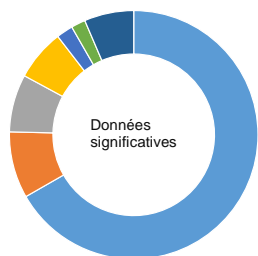


S
Y
N
T
H
E
S
I
O

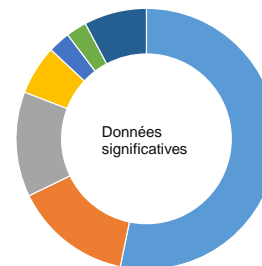
PAU – PYRÉNÉES AOÛT 2019

Chiffres Clés

- » 83,73 de Social Reputation Score
- » 17 994 mentions
- » 636 millions de vues en 12 langues
- » -41,15% de visibilité par rapport à juillet 2019
- » 129 216 € de contre valeur publicitaire



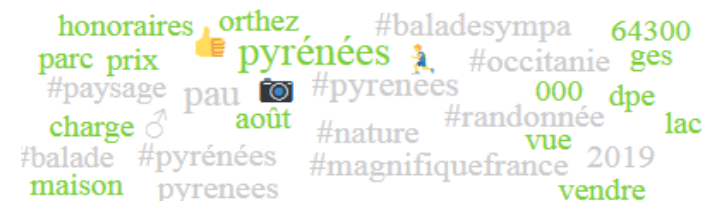
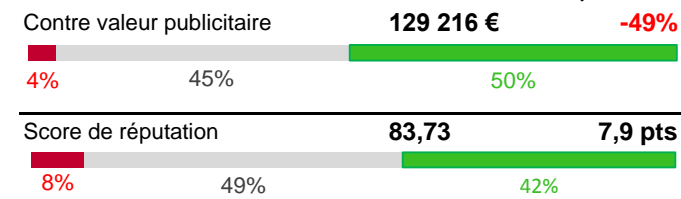
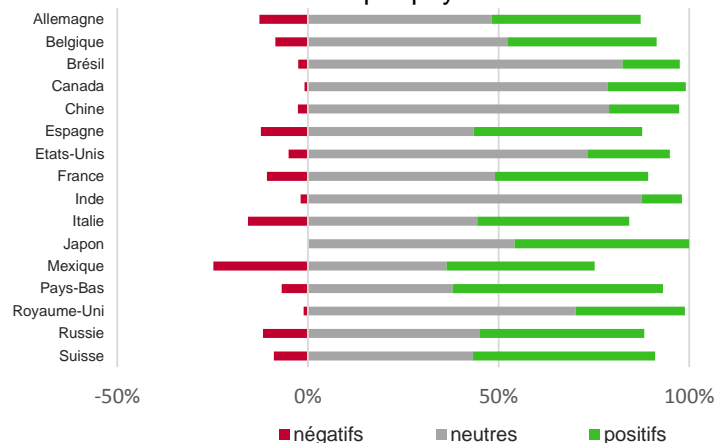
- Ecotourisme 24%
- Sports 16%
- Montagne 16%
- Patrimoine et culture 15%
- Vie Nocturne 8%
- Transport 7%
- Autres 14%



- 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
juillet 2019

Sentiments par pays



L'E-réputation de Pau-Pyrénées est au plus haut au mois d'août. Le SRS* de 83,7 est en hausse de 8 pts pour un volume de mentions comparable à celui de juillet. Seule la visibilité est en recul, privée d'un événementiel tel que le Tour de France à la résonance médiatique forte en France comme à l'étranger. Les échanges se font entre particuliers qu'ils soient excursionnistes ou touristes, passionnés ou influenceurs, en famille, en solo ou entre amis. La destination est clairement associée à la nature (3ème #) appréciée à travers paysage (8ème#) et landscape (23ème#) ou via randonnées (5ème#) et balades (10ème#). Un post de Béarn Pyrénées Tourisme sur le Lac de Bioux-Artigues génère plus de 1000 interactions. Une visite à la Rhune de SarahJones64 en provoque plus de 800 en 2 jours. Parmi les territoires infra à la destination, on notera #Pau (18ème), Pyrénées Atlantiques (19ème) et Pays Basque (35ème), Béarn (14ème), Artouste (86ème), #valléedossau (50ème) et #picdumididossau (92ème). L'association à la destination France est forte avec des #magnifiquefrance et beautifulfrance aux 6ème et 9ème rang. La dimension internationale des échanges est en recul par rapport à juillet (de 67% à 57%) privé de l'effet Tour de France, tout en restant à des niveaux élevés. On notera, un tweet (220 interactions - Grande-Bretagne) valorisant La Ligne d'Oloron-Ste-Marie à Bedous comme "l'un des plus beaux endroits pour voyager en train".



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 \$

