



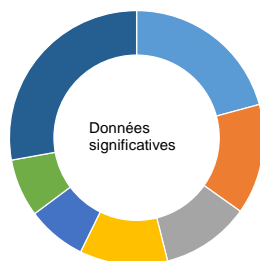
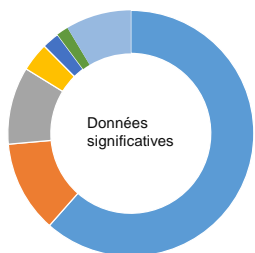
S
Y
N
T
H
E
S
I
O

BIARRITZ - PAYS BASQUE

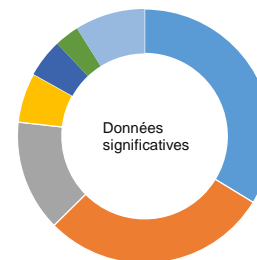
MARS 2020

Chiffres Clés

- » 67,64 de Social Reputation Score
- » 10 335 mentions
- » 473 millions de vues en 12 langues
- » -58,56% de visibilité par rapport à février 2020
- » 225 304 € de contre valeur publicitaire



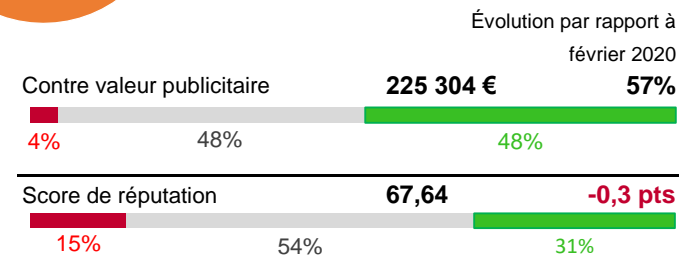
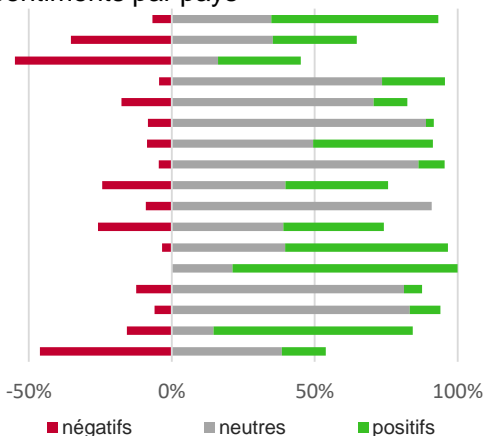
- Oenotourisme et gastronomie 21%
- Littoral 14%
- Patrimoine et culture 11%
- Sports 11%
- Transport 8%
- Ecotourisme 7%
- Autres 28%



- Twitter 34%
- Video and Photo Sharing 29%
- General news, Magazine 14%
- Social network 6%
- Forum 5%
- TV, radio 3%
- Autres 9%

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

Sentiments par pays



Biarriz Pays-Basque enregistre une baisse de son volume d'échanges sur les réseaux sociaux en mars, mais avec une e-réputation tout aussi positive que le mois précédent (SRS* de 68pts). Le coronavirus est le sujet majeur associé à la destination : durant la 1ère décade sa place est secondaire, mais avec les premières annulations (Foire au jambon de Bayonne), l'activité s'accélère et prend une connotation négative. Avec le confinement, la destination est concernée par la crainte de l'afflux de "résidents secondaires parisiens" qui anime les réseaux sociaux du 17 au 20-mars. Mais la destination est plus faiblement associée que d'autres (Ile de Ré en majeur, Bassin d'Arcachon en mineur). En fin de mois, l'arrivée de TGV médicalisés venus du Grand Est est l'occasion d'un 3ème pic connoté plus positivement avec une destination identifiée comme "parmi les moins touchées". Au final, l'impact (négatif) est limité en termes d'e-réputation. Ainsi, dans le même temps, les échanges se poursuivent sur les "points forts" de la destination, avec une communauté surf très active (même privée de pratique) en France comme à l'étranger, qui partage ses dernières sessions avant confinement et génère ainsi 5 des 10 publications les plus partagées sur la destination au mois de mars.



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 \$

