

L'e-réputation de la destination - Tendances mensuelles et Chiffres-clés

Biarritz Pays-Basque - octobre 2020

Les volumes d'échanges sont en recul sur les réseaux sociaux. Il met en lumière la part des échanges générés par les touristes (ou excursionnistes) durant la saison estivale. Mais l'image associée à Biarritz Pays-Basque n'en demeure pas moins positive avec un SRS* de 57 pts, en légère hausse.

L'actualité ne présente pas de sujets forts et pénalisants ce mois-ci. Le contexte de la pandémie est pourtant explicite dans 13% des contenus (dont une fermeture administrative de bar pour avoir "appeler à faire la fête sans masque" 200 interactions). On notera, à l'occasion d'actualités externes au territoire (Assassinat de Samuel Paty) la résurgence de sujets plus anciens (« Attentat de la Mosquée de Bayonne ») avec des échanges volontiers polémiques, dont l'ampleur reste limitée. Dans le même temps, les échanges autour de la destination demeurent très qualitatifs. Ils sont recentrés sur les points forts ou sites phares du territoire et sont le fait d'influenceurs ou institutionnels très suivis en particulier hors saison. Lionel Desruelles, Sarah Jones, Pauline Ado par exemple génèrent à minima 1 000 interactions pour chacune de leurs publications. Par ailleurs, la notoriété du piment d'Espelette et du surf ne se démentent pas. Elles animent les échanges de recettes et clichés. Parmi les thématiques associées à la destination en octobre, on notera les voitures anciennes (via le marché US) ou encore Terra Aventura relayé par @sbayle (1 200 interactions). Les avis de voyageur en séjour sur le territoire font apparaître une grande diversité de profils (Week-end, passage, semaine, famille, couple, amis, séjour golf, etc...). La destination bénéficie ainsi, y compris en octobre, d'une identification dominante à une image vacances.

Nombre de mentions (en 12 langues)

2020/10/01 - 2020/10/31

↓ 13.1K

-20 % par rapport à la période précédente

Nombre de vues

2020/10/01 - 2020/10/31

↓ 1.3B

-52 % par rapport à la période précédente

Nombre d'interactions

2020/10/01 - 2020/10/31

↓ 1.2M

-44 % par rapport à la période précédente

Contre-Valeur-Publicitaire

2020/10/01 - 2020/10/31

↓ 270.7K

-42 % par rapport à la période précédente

Social Reputation Score

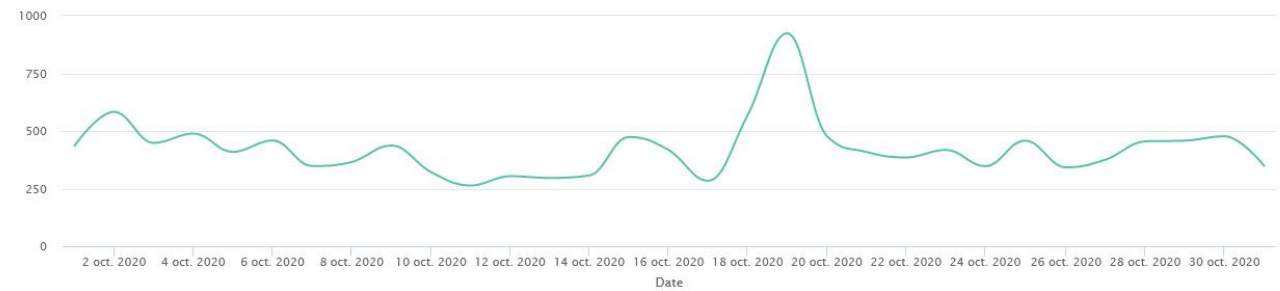
2020/10/01 - 2020/10/31

↑ 57.4

+3 % par rapport à la période précédente

Evolution journalière du volume de mentions

2020/10/01 - 2020/10/31

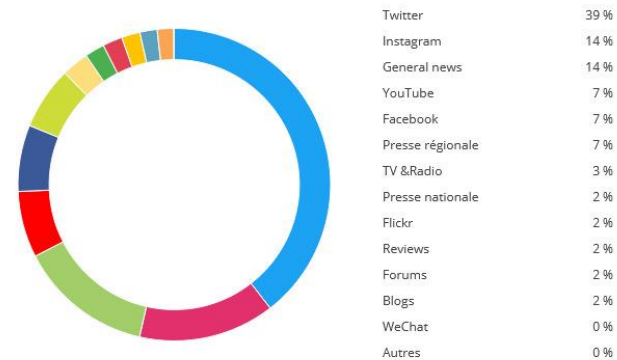


Mentions correspondantes 13.1K

QUI ? D'où proviennent les conversations ?

Répartition des mentions selon le type de média

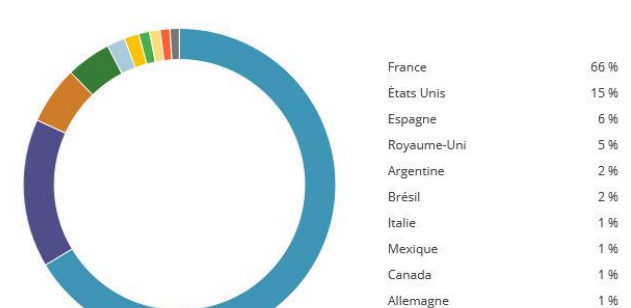
2020/10/01 - 2020/10/31



Mentions correspondantes 12.6K

Répartition et évolution des mentions selon le pays

2020/10/01 - 2020/10/31



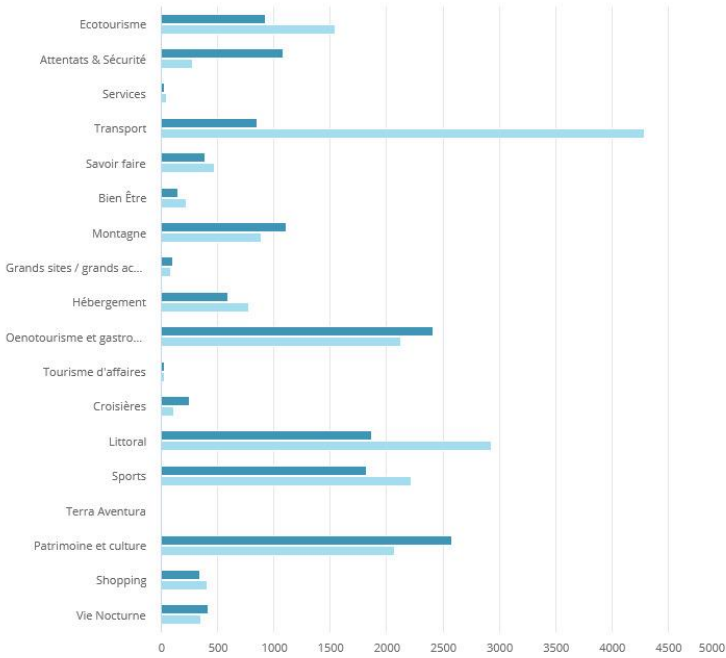
Mentions correspondantes 6.7K



QUOI ? Quels sont les principaux sujets de conversation ?

Parts de voix par sous-topics

2020/10/01 - 2020/10/31



Période actuelle 14.9K Période précédente 18.8K

Mentions correspondantes 29.4K

Nuage de mots-clés

2020/10/01 - 2020/10/31

basque 2020 pays paris
 country face 2019 coronavirus
 piment world photo police spain
 international state covid-19 press social
 jean total july health associated new outside regional
 leader français life children

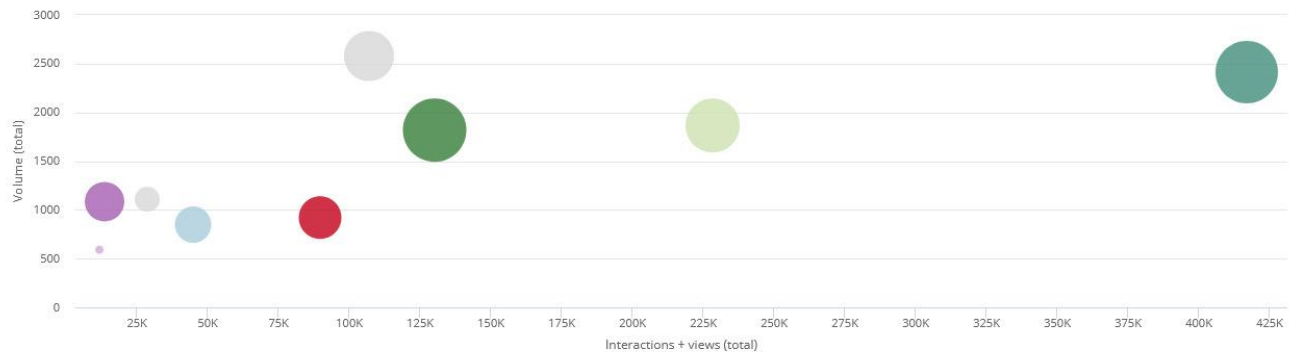
Hahtags associés à la destination

2020/10/01 - 2020/10/31

#paysbasque #biarritz
 #bayonne #basquecountry
 #ocean #nature #france
 #euskadi #cotebasque #surf
 #anglet #photography #madeinfrance
 #rugby #art #sudouest #design
 #euskalherria #travel #landscape #paisvasco
 #photooftheday #restaurant #beach #love #sunset
 #homesweethome #basque #naturephotography #ies4v

Paysage des thématiques les plus actives

2020/10/01 - 2020/10/31



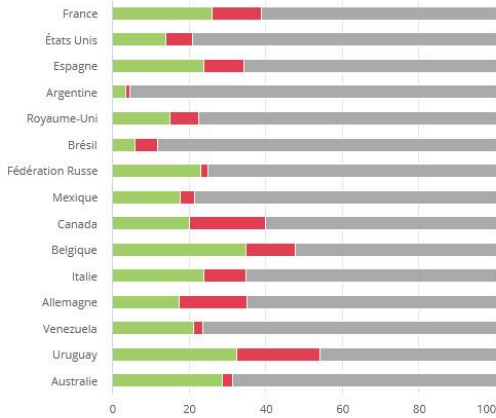
- Ecotourisme
- Attentats & Sécurité
- Transport
- Montagne
- Hébergement
- Oenotourisme et gastro...
- Littoral
- Sports
- Patrimoine et culture



COMMENT ? La qualification des échanges.

Sentiment par pays

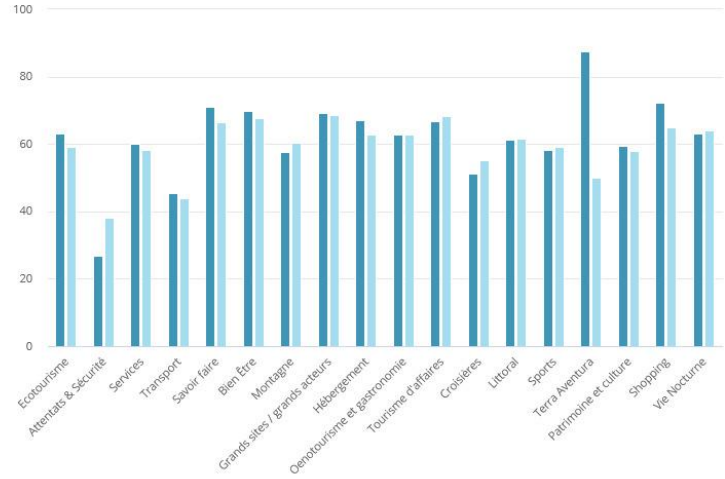
2020/10/01 - 2020/10/31



Neutre 65 %
Négatif 11 %
Positif 24 %
Mentions correspondantes 6K

Social Reputation Score par thématique

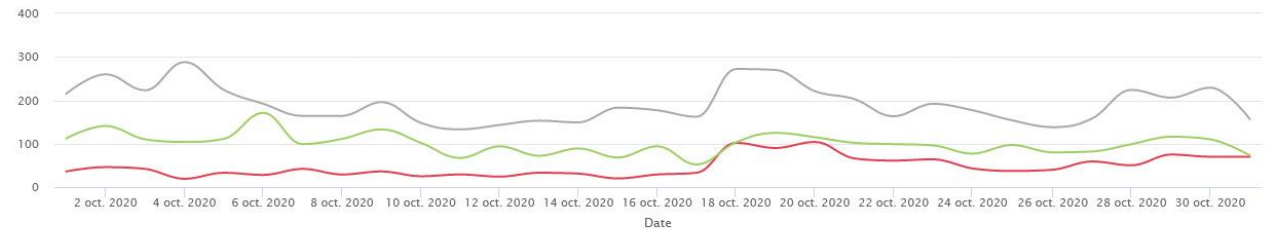
2020/10/01 - 2020/10/31



Période actuelle 1.1K Période précédente 1.1K
Mentions correspondantes 29.4K

Evolution des conversations par sentiment

2020/10/01 - 2020/10/31



Neutre 5.9K Négatif 1.5K Positif 3.1K
Mentions correspondantes 10.5K

Avis de voyageurs - Marché international (contenus traduits)

The Originals City, Hôtel Amarys, Biarritz Aéroport (Inter-Hotel), Biarritz

« Bon pour un transit. Le personnel amical et le petit déjeuner était très bon. J'y retournerais certainement. » (NEERLANDAIS).

Novotel Resort & Spa Biarritz Anglet : GENIAL PARA UNA ESCAPADA

« Hôtel entièrement rénové, chambres spacieuses et confortables avec une bonne salle de bain. Améliorer les oreillers, mais je comprends que c'est une chose très personnelle. Le reste des 10, à la fois l'attention et le protocole Covid-19 Nous nous sommes sentis très en sécurité. Excellent petit déjeuner et bon temps à la piscine après avoir visité Biarritz. 100% recommandé à coup sûr, nous allons répéter. » (ESPAGNOLS)

Hotel Villa KOEGUI Biarritz : Comfortable and great location

« Nous avons apprécié deux nuits au Koegui. Peu difficile à trouver étant donné la configuration de la rue à sens unique, mais un emplacement superbe néanmoins. Enregistrement amical et efficace du personnel. Chambres modernes propres et confortables. Nous espérons pouvoir revenir ! » (BRITANNIQUES)

Hotel ibis Styles Bayonne

« L'emplacement, la vue depuis la fenêtre et le petit déjeuner étaient délicieux et satisfaisants. C'est peut-être arrivé, mais la nuit, j'ai entendu le bruit de l'eau ruisselant et je ne pouvais pas dormir facilement, alors j'ai changé la position du lit et je me suis reposé. Sans cela, j'étais satisfait à 100%, mais j'étais un peu déçu. » (JAPONAIS)

Best Western Premier Hôtel Bayonne Etche-Ona : Very good

« Tout était parfait. Je recommande cet hôtel. L'emplacement est absolument parfait. Le petit déjeuner était très complet et vraiment bon. Le personnel est attentionné et se soucie de nous tout le temps. Plus rien à dire. Le prix était également abordable » (BRITANNIQUES)



Méthodologie

Synthesio scanne l'ensemble des contenus publiés sur les réseaux sociaux, à l'exception des conversations ou groupes privés. Les données exploitables sont traduites, en temps réel, selon divers indicateurs quantitatifs ou qualitatifs à même de suivre l'évolution de la marque ou destination observée.

Aide / Définitions

*Mention :

Une mention est l'équivalent d'une citation. Lorsque Synthesio scanne les contenus, chaque fois que la marque ou destination à analyser est mentionnée, que ce soit directement en la citant 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 présence digital.

*Sentiment :

Cet indicateur, via un algorithme propriété de Synthesio, analyse et classe les mentions selon 3 tonalités : positives, neutre et négative. Ce classement est réalisé par Synthesio qui parvient à déterminer une tendance générale de la mention. C'est un **indicateur de suivi de l'e-réputation d'une marque**.

*Interaction :

Une interaction est un partage, un « like », un commentaire ou tout autre interaction suscitée par une mention.

*Vue :

Le nombre de vues représente le nombre de fois que les posts sont susceptibles d'être lus ou vus.

*Social Réputation Score (SRS) :

Le SRS est un indicateur propriété de Synthesio qui évalue la marque ou le produit dans le temps en fonction du volume de posts, de leur tonalité, ou du degré d'influence du rédacteur. On obtient ainsi une vue holistique du sentiment général généré par une marque tel qu'exprimé via les canaux en ligne. Le SRS permet ainsi d'évaluer l'expérience client et de prédire la croissance d'une marque en se basant sur les tendances identifiées sur les réseaux sociaux. Suivant les besoins et objectifs, des déclinaisons du SRS peuvent être utilisées pour expliquer ou relativiser les phénomènes.

Le SRS par volume (par défaut sur la fiche) est obtenu en utilisant un mélange de volumes et de sentiments.

*Contre-Valeur-Publicitaire (CVP) ou Earned-Media-Value (EMV) :

Elle 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, la CVP ou EMV 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 You-Tube = 0,03\$, une vidéo vue 5 000 fois à 0,03\$ par vue, génère 150\$.

Ces indicateurs vous permettent de :

- **Suivre** votre évolution,
- **Comprendre** vos forces, faiblesses, opportunités et menaces

Pour :

- **Parfaire** votre présence sur le web
- **Maîtriser** la réputation de votre marque.

