

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

Côte Atlantique - octobre 2020

La destination Côte Atlantique génère une activité intense en arrière-saison. Le recul du volume de mentions s'accompagne d'une intensification (+16%) des interactions entre internautes, le tout dans une ambiance très positive avec un SRS* de 62 pts. Ces tendances se font sans le concours d'une actualité phare (cf Tour-de-France le mois dernier). Seule la tempête Alex est associée (positivement) à la destination, via des clichés (cris voyage) attachés à des sites emblématiques (Fort Boyard) et bien relayés par des institutionnels (Marennes_Olérontourisme 4500 interactions pour 20000 abonnés).

Le recours à l'image est étroitement associé à la destination (27% des mentions via Instagram et 13% via You-Tube). Les partages photos se font sur l'ensemble du mois avec une primauté pour les week-ends et les congés de Toussaint. **Ils sont moins nombreux en volumes mais plus partagés qu'en période estivale.** Les sujets privilégiés sont les grands sites, le littoral avec des dimensions nature (#nature au 4ème rang), détente et famille, communes à l'ensemble.

On notera ce mois-ci un véritable « buzz » parti d'un compte ayant 29 abonnés et occasionnant le pic d'activité noté le 27 : « Monsieur @EmmanuelMacron , est il possible de faire en sorte que toutes les villes de France diffusent la musique de Fort Boyard à 20h50 pour motiver les gens à rentrer chez eux avant le couvre-feu ? » génère à lui seul 113 000 interactions dont 28 000 partages à la tonalité très positive.

En fin de mois, **l'annonce du re-confinement n'affecte guère les échanges** (en volume ou qualité). Un « l'océan, ma meilleure thérapie #confinement ce soir » recueille plus de 1000 interactions et les prestataires (hôtels, Aquarium de La Rochelle, Balade-en-Chaland, etc...) échangent avec leurs clients avec une sémantique plutôt positive.

Nombre de mentions (en 12 langues)

2020/10/01 - 2020/10/31

↓ 25.4K

-44 % par rapport à la période précédente

Nombre de vues

2020/10/01 - 2020/10/31

↓ 2.7B

-58 % par rapport à la période précédente

Nombre d'interactions

2020/10/01 - 2020/10/31

↑ 6.6M

+16 % par rapport à la période précédente

Contre-Valeur-Publicitaire

2020/10/01 - 2020/10/31

↑ 1.4M

+12 % par rapport à la période précédente

Social Reputation Score

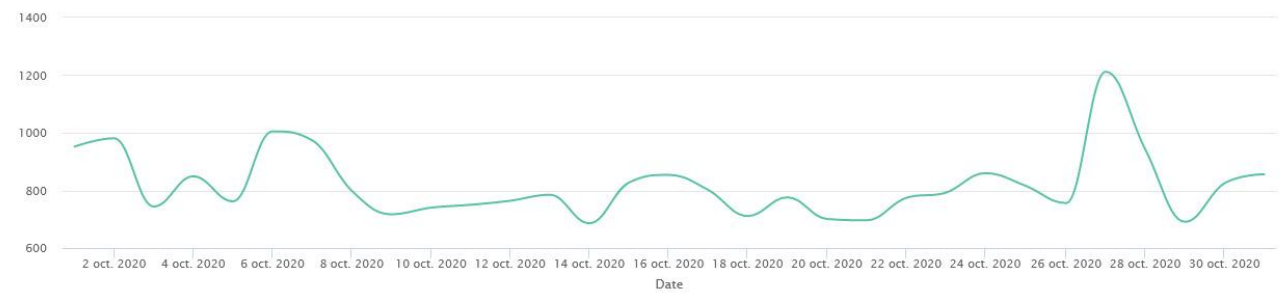
2020/10/01 - 2020/10/31

↑ 62.2

+1 % par rapport à la période précédente

Evolution journalière du volume de mentions

2020/10/01 - 2020/10/31

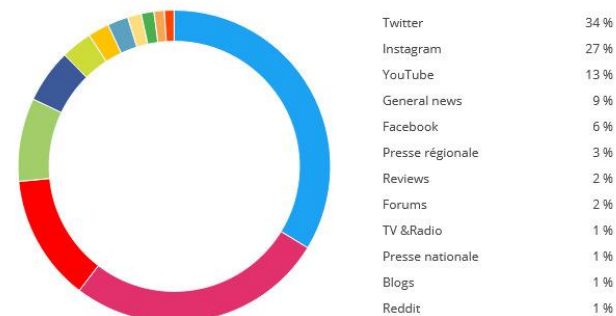


Mentions correspondantes 25.4K

QUI ? D'où proviennent les conversations ?

Répartition des mentions selon le type de média

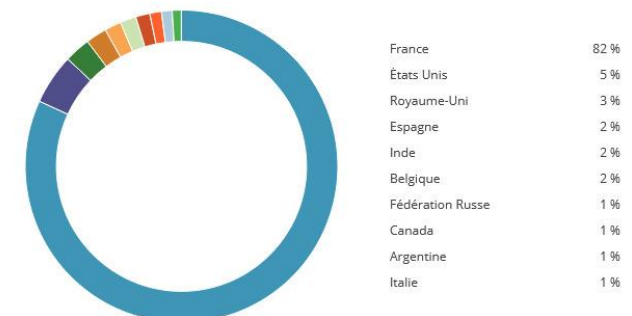
2020/10/01 - 2020/10/31



Mentions correspondantes 24.6K

Répartition et évolution des mentions selon le pays

2020/10/01 - 2020/10/31



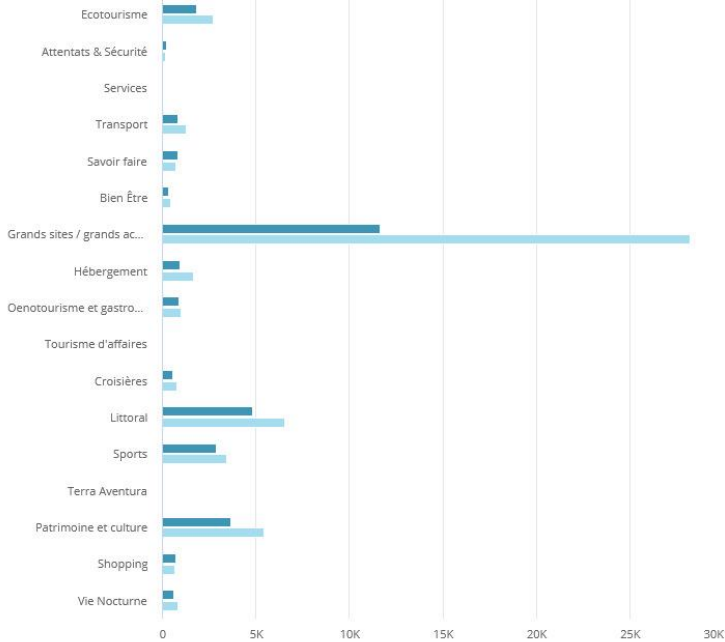
Mentions correspondantes 10.5K



QUOI ? Quels sont les principaux sujets de conversation ?

Parts de voix par sous-topics

2020/10/01 - 2020/10/31



Période actuelle 30.9K Période précédente 54.1K
Mentions correspondantes 70.4K

Nuage de mots-clés

2020/10/01 - 2020/10/31

rochelle 2020 port ville
monde journée temps île
fin soir place magnifique photo
nouvelle paris première équipe face sens
lieu déjà hôtel flotte match style moment belle année
bonne club

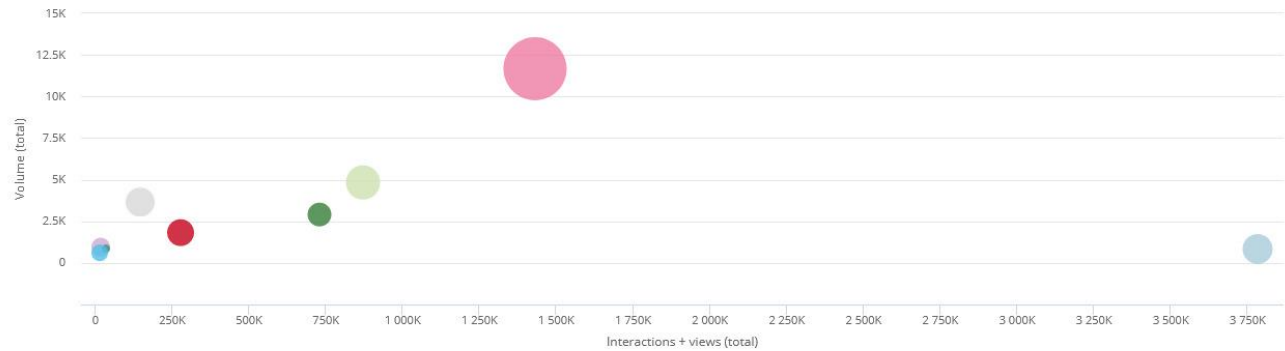
Hahtags associés à la destination

2020/10/01 - 2020/10/31

#larochelle
#charentemaritime #france
#nature #biarritz #ocean
#iledere #photography
#fortboyard #ilederé #art
#arcachon #larochelle17000 #bordeaux
#larochelletourisme #bassindarcachon #sea
#streetart #beach #nouvelleaquitaine #weekend
#picoftheday #surf #travel #madeinfrance #royan #plage

Paysage des thématiques les plus actives

2020/10/01 - 2020/10/31



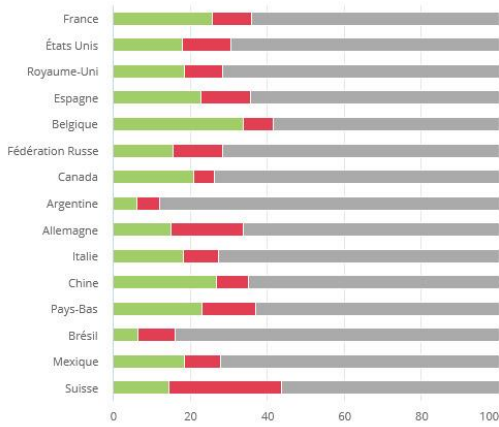
● Ecotourisme ● Transport ● Grands sites / grands acte... ● Hébergement
● Oenotourisme et gastro... ● Littoral ● Sports ● Patrimoine et culture
● Vie Nocturne



COMMENT ? La qualification des échanges.

Sentiment par pays

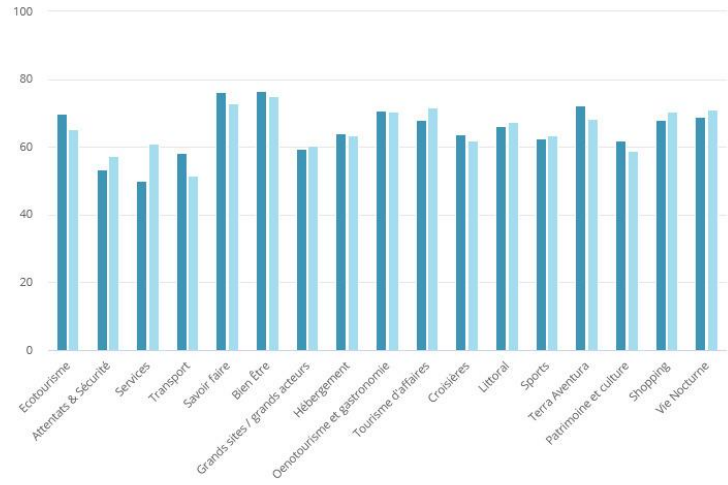
2020/10/01 - 2020/10/31



Neutre 65 %
Négatif 10 %
Positif 25 %
Mentions correspondantes 10.1K

Social Reputation Score par thématique

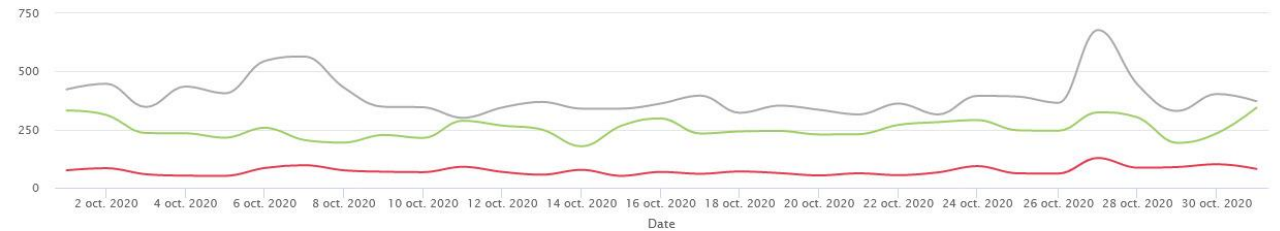
2020/10/01 - 2020/10/31



Période actuelle 1.1K Période précédente 1.1K
Mentions correspondantes 70.4K

Evolution des conversations par sentiment

2020/10/01 - 2020/10/31



Neutre 12.1K Négatif 2.3K Positif 7.9K
Mentions correspondantes 22.3K

Sélection d'avis de voyageurs en hôtellerie (clientèle étrangère)

Hôtel Kyriad La Rochelle Centre Ville

(Traduction - Britannique) Très propre, accueillant et bien aménagé pour Covid19. Excellent repas disponible en chambre le soir et bon petit déjeuner le matin. Super lit et salle de bain Rien de positif: très propre, accueillant et bien aménagé pour Covid19. Excellent repas disponible en chambre le soir et bon petit déjeuner le matin. Super lit et salle de bain Inconvénients: rien

Hôtel Villa-Lamartine, Arcachon

(Traduction - Britannique) We love this hotel. The check-in was easy we got an upgrade and Mathieu at reception was very accommodating. The decor and attention to detail is great, very luxurious feel for a great price. We will stay here again.

Hotel Radisson Blu Hotel Biarritz

(Traduction - Britannique) excellent emplacement Le design et la décoration de l'hôtel pourraient être améliorés pour correspondre à la belle ville de Biarritz Avantages : excellent emplacement inconvénients : le design et la décoration de l'hôtel pourraient être améliorés pour correspondre à la belle ville de Biarritz.

Aparthotel All Suites La Teste - Bassin d'Arcachon

(Traduction - Britannique) Je n'avais pas le choix à cause du Covid. Pas de sèche-cheveux, ustensiles sales dans la cuisine, pas de table extérieure sur le balcon au bord du lac, seulement un oreiller (grumeleux et petit) par personne, rouleau de papier toilette, sale, balcon sale et couvert de toiles d'araignées, pas de changement de serviettes pendant 7 jours, pas de bouilloire, pas de poubelle, pas de climatisation, etc. mais vue sur le lac, magnifique dans la vie du village une énergie de folie »



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 Reputation 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.

