

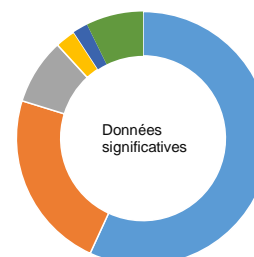
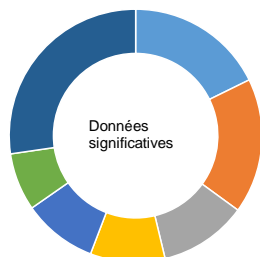
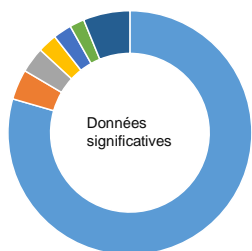


S
Y
N
T
H
E
S
I
O

CÔTE ATLANTIQUE JANVIER 2020

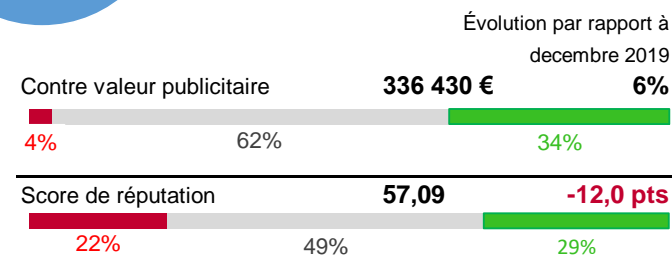
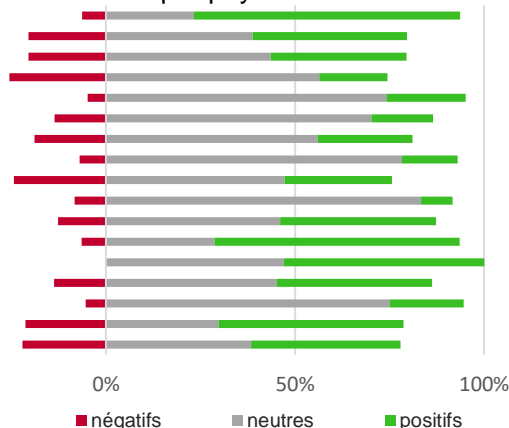
Chiffres Clés

- » 57,09 de Social Reputation Score
- » 24 939 mentions
- » 625 millions de vues en 12 langues
- » -20,65% de visibilité par rapport à décembre 2019
- » 336 430 € de contre valeur publicitaire



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



A l'image de la météorologie, l'e-reputation de la côte atlantique revient au calme en janvier avec un volume de mentions divisé par 2. La connotation des échanges (SRS* en baisse de 12pts) est affectée par des sujets sans rapport direct avec la destination. La seule actualité impactante est celle de la mousse, contenant des détergents, qui est apparue sur les plages. Biarritz et Bayonne sont mises en exergue. Elle refait surface via des posts publiés dans des revues spécialisées (Sciences&Avenir - 500 interactions). Elle est relayée par des associations (France Nature Environnement) ou des particuliers pendant plusieurs jours. L'image positive est associée au littoral et parfois à l'actualité avec le dessin d'un koala géant sur la plage de Royan (plus de 3 500 interactions essentiellement en France). Le surf reste l'un des emblèmes de la côte avec une batterie d'influenceurs très suivis (Surf Report - 25 000 abonnés - 33 000 mentions ; LukaLacoste - 28 000 ab. - 73 000 int. ; Kilian M, ...) sur Instagram ou You Tube. Le littoral est aussi salué pour sa beauté via Instagram (17% des mentions à 97% positives). Les sites les plus cités en janvier sont Fort Boyard (communauté active en toute saison), "Rochefort océan" en lice pour être l'une des meilleures destinations en Europe, ou encore l'Aquarium de La Rochelle.



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 \$

