

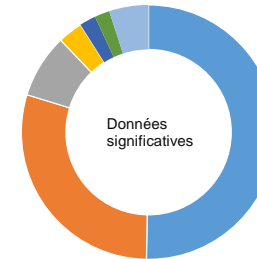
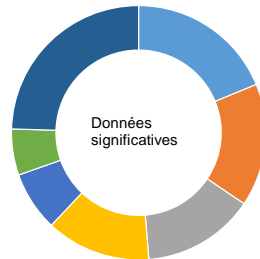
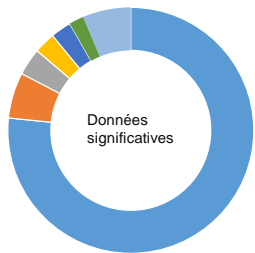


S  
Y  
N  
T  
H  
E  
S  
I  
O

# CÔTE ATLANTIQUE FÉVRIER 2020

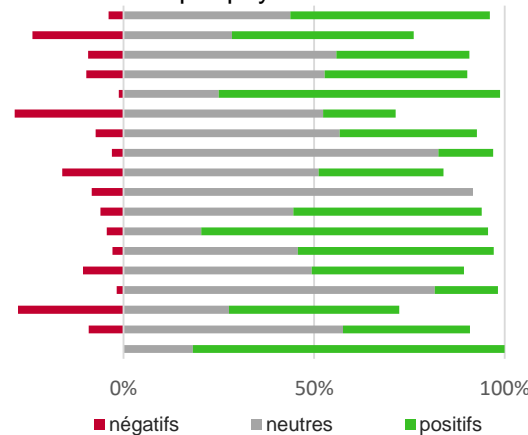
## Chiffres Clés

- » 74,15 de Social Reputation Score
- » 21 120 mentions
- » 509 millions de vues en 12 langues
- » -16,28% de visibilité par rapport à janvier 2020
- » 278 546 € de contre valeur publicitaire

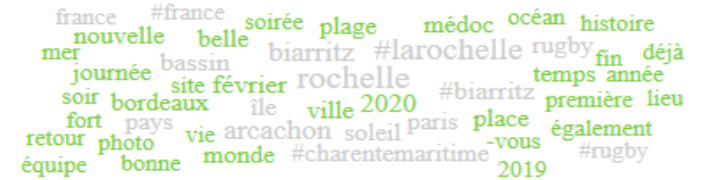


Allemagne  
Belgique  
Brésil  
Canada  
Chine  
Corée du Sud  
Espagne  
Etats-Unis  
France  
Inde  
Italie  
Japon  
Mexique  
Pays-Bas  
Royaume-Uni  
Russie  
Suisse  
Taiwan

## Sentiments par pays



Évolution par rapport à janvier 2020		
Contre valeur publicitaire	278 546 €	-17%
Score de réputation	74,15	17,1 pts



L'E-reputation de la Côte Atlantique est fortement positive en ce mois de février. Le SRS\* dépasse les 70 pts pour 22 000 mentions et un volume de plus de 800 millions de vues (+54% par rapport à janvier). Elle est identifiée à travers une grande diversité de destinations : #larochelle devance #biarritz, #charentemaritime et #iledere. Les #arcachon, #bassin'd'arcachon, #royan et #rochefort viennent juste après. L'ensemble de la côte est très liée à la destination France : #france et #magnifiquefrance sont aux 4ème et 13ème rangs. L'identification à la nature (#nature - 9ème) et aux vacances (#vacances - 19ème), est également bien ancrée. Elle bénéficie d'un recours fréquent à l'image via Instagram qui draine plus de 20% du nombre de mentions et occasionne de nombreux partages et commentaires : "Biarritz, c'est vraiment beau en toute saison" ou "des vacances à l'île de Ré sans huîtres, c'est impossible". Dans ce contexte favorable, l'irruption du coronavirus a peu d'impact en février. Seules 51 posts en font mention, la plupart du temps comme un sujet assez lointain qui ne touche pas (encore) le territoire : "des militaires de Gironde envoyés pour décontaminer...". Au pire, la destination serait un refuge : "on est mal paton, on va se cacher au Fort Boyard" (refuge ultime).



## 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 \$

