

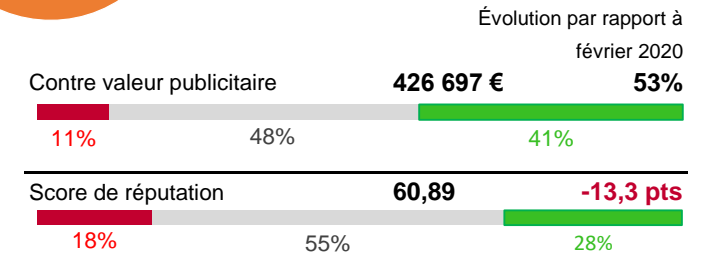
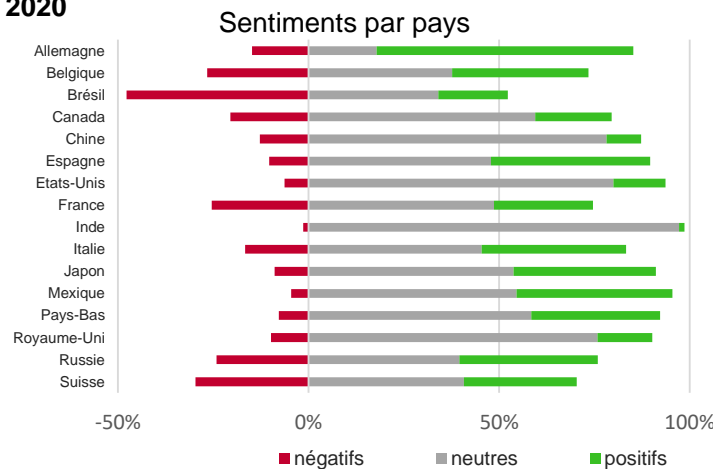
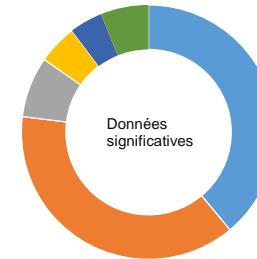
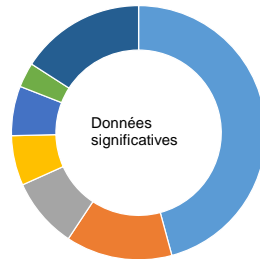
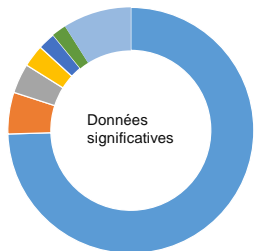


S
Y
N
T
H
E
S
I
O

CÔTE ATLANTIQUE MARS 2020

Chiffres Clés

- » 60,89 de Social Reputation Score
- » 26 240 mentions
- » 1 047 millions de vues en 12 langues
- » +11,41% de visibilité par rapport à février 2020
- » 426 697 € de contre valeur publicitaire



La destination Côte Atlantique enregistre une forte progression de son écho sur les réseaux sociaux. Le nombre de mentions passe de 21 000 à 26 000 en 1 mois et leur visibilité fait plus que doubler. Dans le même temps, le SRS* est en baisse de 15 pts, même s'il reste très positif à 61 pts. La causalité est à rechercher dans un sujet majeur : le coronavirus. Il est commun à toutes les composantes du littoral du nord au sud, mais avec une intensité, une connotation et une récurrence parfois bien différentes. Les territoires les plus impactés sont ceux identifiés dans l'épisode de l'afflux des résidents secondaires (vus uniquement comme des "parisiens"). Il s'agit en majeur de l'île de Ré et en mineur du Bassin d'Arcachon (Le Cap-Ferret). La séquence est intense du 16 au 21 et reste visible durant la dernière décade. La connotation des échanges est très négative tant sur les profils des personnes que les comportements. Mais en parallèle, on note la persistance d'une e-réputation très positive ou la "Côte Atlantique" est vue comme un lieu de ressourcement par la beauté de ses paysages, ses activités d'avant (surf), et son calme. Elle est aussi présentée comme une destination préservée y compris à l'occasion de transferts de patients venus du Grand Est. Au final, on pourrait parler d'une image paradoxalement positive (dans le contexte actuel), avec toutefois des points de vigilance (île de Ré). A suivre.



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 \$

