

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

Pau-Pyrénées juillet 2020

L'e-réputation est très active autour de la destination. Tous les principaux indicateurs quantitatifs sont orientés à la hausse (mentions +21%, interactions +14%, visibilité +13%), dans un contexte où la pandémie est toujours active y compris sur les réseaux sociaux où elle est mentionnée explicitement dans plus de 7% des mentions. Néanmoins, il s'agit plus d'un contexte qui est rappelé que du sujet des échanges à proprement parler. De plus, une partie de ceux-ci sont sans rapport direct avec la destination (Brésil, Allemagne, Argentine,...).

La tonalité principale des échanges enregistrée en juillet est la nature. Le #nature est au second rang des plus mobilisés par les internautes. Il se décline par la photo (cliché de particuliers ou institutionnels (Béarn Pyrénées Tourisme) ou la vidéo (road trip de touristes anglais - 27 000 vues). **La connotation est fortement positive** : "ça fait longtemps que je n'avais pas remis les pieds à la montagne... ça fait du bien" (600 interactions). Les activités qui remontent sont la randonnée (pédestre ou vélo) ou simplement la contemplation, le plaisir d'être là et de le partager. On notera de fréquentes associations entre Pyrénées et le Pays (ou la côte) basque.

La notoriété du chien des Pyrénées est forte à l'étranger : ce mois-ci, une vidéo sur le "GreatPyrénées" est vue et commenté plus de 220 000 fois au Japon.

Nombre de mentions (en 12 langues...)

2020/07/01 - 2020/07/31

↑ **18.7K**
+21 % compared to previous period

Nombre de vu...

2020/07/01 - 2020/07/31

↑ **6.1B**
+13 % compared to previous period

Nombre d'interaction...

2020/07/01 - 2020/07/31

↑ **1.8M**
+14 % compared to previous period

Contre-Valeur-Publicita...

2020/07/01 - 2020/07/31

↑ **434.3K**
+25 % compared to previous period

Social Reputation Sco...

2020/07/01 - 2020/07/31

↑ **59.3**
+5 % compared to previous period

Evolution journalière du volume de mentions...

2020/07/01 - 2020/07/31



Matching mentions 18.7K

QUI ? D'où proviennent les conversations ?

Répartition des mentions selon le type de média...

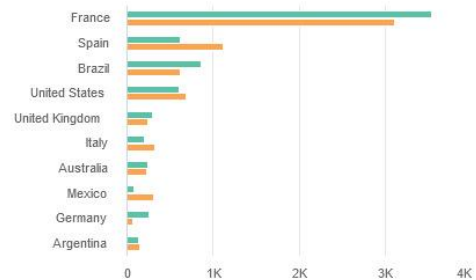
2020/07/01 - 2020/07/31



Forums / Q&A	7 %	Institutional media	0 %
News & pre...	23 %	Revie...	1 %
Social Networ...	69 %		
Matching mentions	18.7K		

Répartition et évolution des mentions selon le ...

2020/07/01 - 2020/07/31



Current period 6.9K
Previous period 6.8K

Les sources émettrices

Top 3 des réseaux sociaux : You Tube 27%, Twitter 26%, Instagram 13%
Top 3 des médias : Généralistes 11%, Régionaux 4%, Nationaux 2%

Les marchés émetteurs

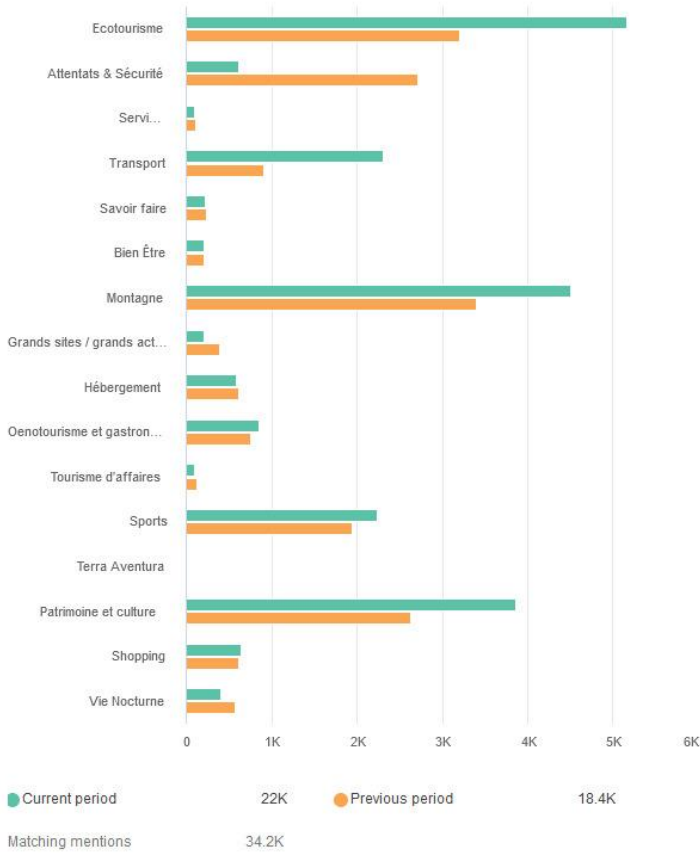
France 50% International 50%
93 pays distincts identifiés



QUOI ? Quels sont les principaux sujets de conversation ?

Parts de voix par sous-topi...

2020/07/01 - 2020/07/31



Nuage de mots-cl...

2020/07/01 - 2020/07/31

pyrénées 2020
 pyrénées-atlantiques
 serra andorra corre
 toffoli life new 000 great
 built グレートピレニーズ 家
 ルンルン 帰る basque point 100
 europe region route 2019 forêt spain fin
 ontop local partir covid-19

Hahtags associés à la destinatio...

2020/07/01 - 2020/07/31

#pyrenees #nature
 #montagne
 #mountains #france
 #occitanie #pyrénées
 #tourismeoccitanie
 #landscape #randonnée
 #hiking #pirineos #explore
 #mountain #pau #paysage
 #hautespyrenees #travel

Paysage des thématiques les plus activ...

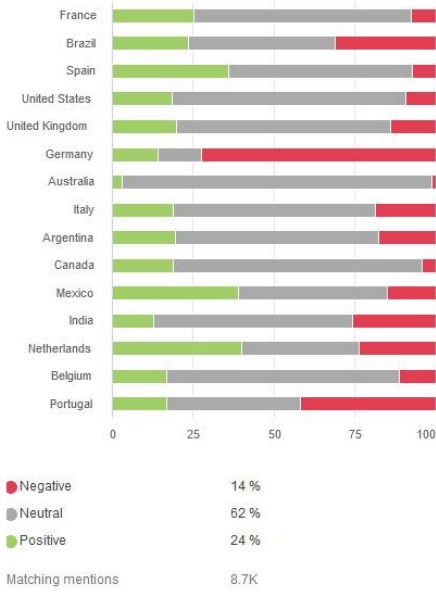
2020/07/01 - 2020/07/31



COMMENT ? La qualification des échanges.

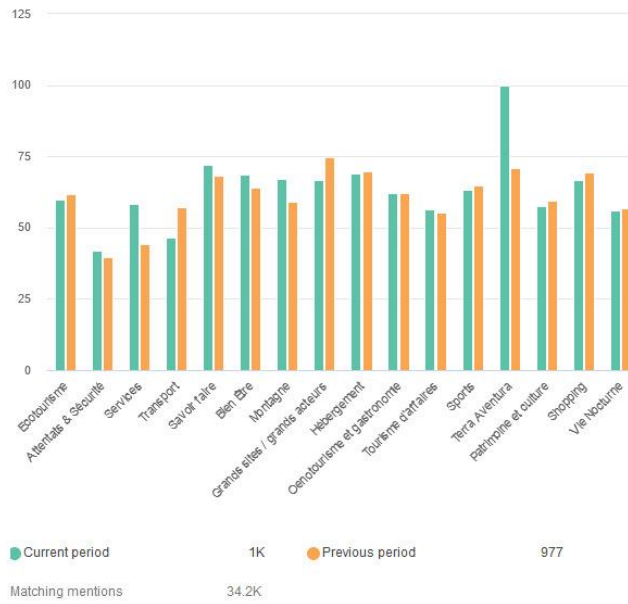
Sentiment par pa...

2020/07/01 - 2020/07/31



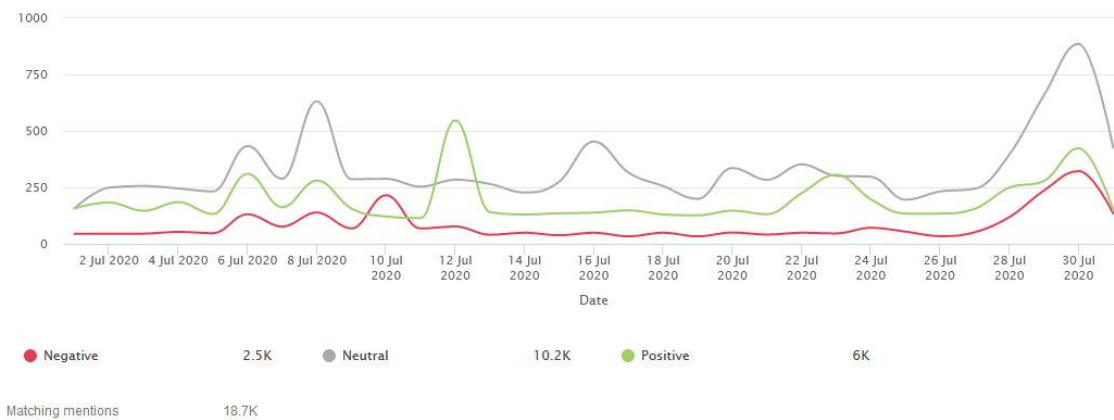
Social Reputation Score par thématiqu...

2020/07/01 - 2020/07/31



Evolution des conversations par sentiment...

2020/07/01 - 2020/07/31



Des avis de voyageurs en séjours, majoritairement positifs.

Les commentaires les plus explicites sont ceux de séjour

« Hotel Restaurant Eskualduna : Pyrénées basques

Agréable séjour dans un endroit convivial, un restaurant avec de bons produits de terroir ! Chambre simple à l'annexe mais propre Belle balade au alentour nous reviendrons ! Merci encore pour cet accueil sympathique ! »

« Hotel De Gramont

L'emplacement est très bien situé à proximité du quartier du château de Pau et ses restos, près de l'hyper Centre ville Bon petit déjeuner, il faudrait peut être des œufs brouillés, saucisses, bacon cuit »

Kyriad Orthez (Britanniques)

« Cet hôtel est un hôtel très sale. Les hôtels du Louvre sont normalement de bons hôtels avec des défaillances occasionnelles. Cependant, cet hôtel KYRIAD à Orthez a touché le fond. Il n'y avait pas de climatisation (pour le même prix que vous payez pour un Campanile), la saleté dans la salle de bain était indescriptible, le siège des toilettes était sale, la douche ne fonctionnait pas correctement, le sèche-cheveux discutait, la chambre le sol n'avait pas été nettoyé, etc., etc., etc. Un vrai dommage et j'y réfléchirai très attentivement si nous utilisons à nouveau la chaîne d'hôtels. »

« Hotel Parc Beaumont : Bel hôtel bien situé

Hôtel à l'architecture étonnante, tel un vaisseau échoué dans le parc Beaumont mais très confortable Grandes chambres décoration contemporaine mais pas ostentatoire Petit déjeuner copieux Enfin l'hôtel est proche du centre historique de Pau »

« Hôtel du Parc, Salies-de-Bearn : On y reviendra

Nous avons passés 3 nuits bonne literie chambre spacieuse clim bien agréable Je recommande le restaurant menu découverte extra très bon chef serveur agréable therm tout près »



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.

