

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

Pau-Pyrénées - septembre 2020

La destination bénéficie d'un volume d'activité et une visibilité en nette progression dans une atmosphère qui reste positive avec 57 pts de SRS* sur une échelle de 1 à 100. Une large part des contenus négatifs sont liés à un « bruit » ou des sujets sans rapport avec le territoire.

Le sujet le plus actif est le Tour de France dont le passage dans les Pyrénées agite les réseaux sociaux du 3 au 7 septembre. Il contribue à la visibilité internationale de la destination (Espagne, Etats-Unis, Allemagne, Royaume-Uni) via les comptes des médias, des équipes ou des cyclistes professionnels (NB: les plus actifs de ces derniers ont des comptes domiciliés aux USA). L'association au territoire est forte, par l'image ou le texte. En dehors de l'actualité, c'est **une ambiance plutôt active et positive qui est associée à Pau-Pyrénées**. Le partage photos via **Instagram** (12% des mentions) en est l'instrument majeur. @béarnpyrénées_tourisme est l'un des plus partagés générant de 500 à 2500 interactions selon les posts. Le **#nature** est le second hashtag le plus mobilisé pour accompagner les clichés. Une seconde thématique se distingue dans les visuels présentés : la randonnée et toute forme d'activité physique.

La dimension patrimoniale reste active autour de la ville de Pau (Château). La ville est aussi étroitement associée aux Pyrénées via les hashtags #paysage et #landscape et des avis de voyageurs qui en font mention (cf infra).

Au-delà de ces points d'ancrage habituels de la destination, on notera en septembre l'épisode généré par la "grossière erreur" du député J.Lassalle se garant sur un passage à niveau. L'actualité sera reprise par divers médias et contribue au pic d'activité du 21-septembre.

Nombre de mentions (en 12 langu...

2020/09/01 - 2020/09/30

↑ 18.4K

+ 16 % par rapport à la période précédente

Nombre d'interactio...

2020/09/01 - 2020/09/30

↑ 4M

+ 115 % par rapport à la période précédente

Nombre de vu...

2020/09/01 - 2020/09/30

↑ 6.3B

+ 16 % par rapport à la période précédente

Contre-Valeur-Publicitai...

2020/09/01 - 2020/09/30

↑ 823.6K

+ 101 % par rapport à la période précédente

Social Reputation Sco...

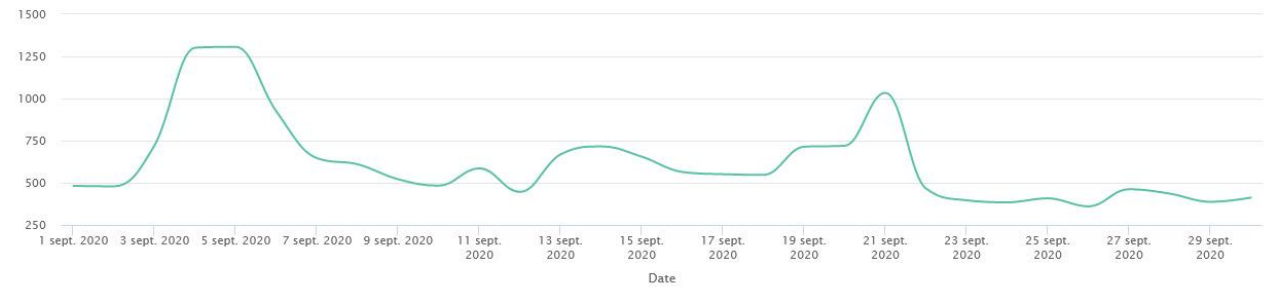
2020/09/01 - 2020/09/30

↓ 57.2

- 6 % par rapport à la période précédente

Evolution journalière du volume de mentio...

2020/09/01 - 2020/09/30

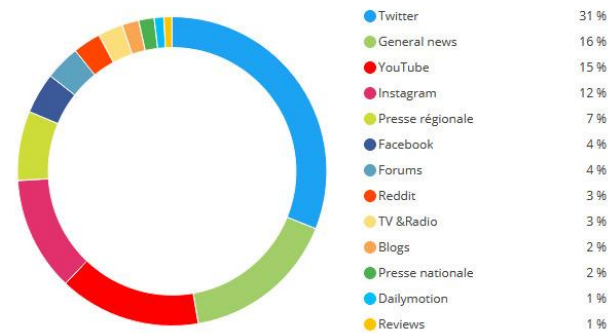


Mentions correspondantes 18.4K

QUI ? D'où proviennent les conversations ?

Répartition des mentions selon le type de méd...

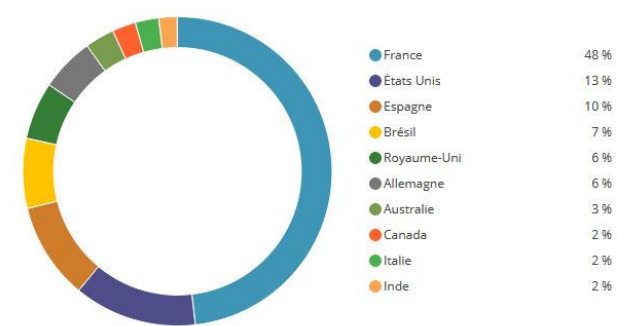
2020/09/01 - 2020/09/30



Mentions correspondantes 17.4K

Répartition et évolution des mentions selon le pa...

2020/09/01 - 2020/09/30



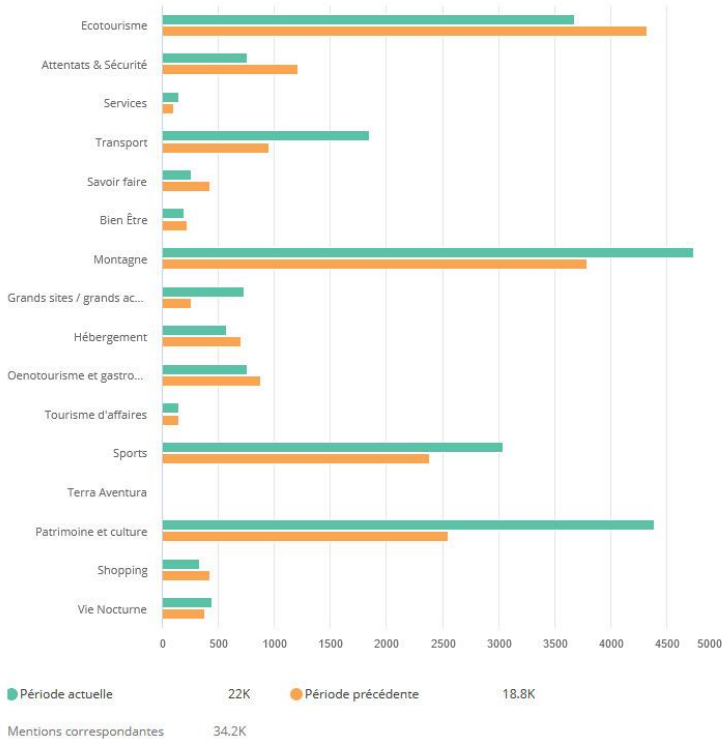
Mentions correspondantes 9.1K



QUOI ? Quels sont les principaux sujets de conversation ?

Parts de voix par sous-topi...

2020/09/01 - 2020/09/30



Nuage de mots-cl...

2020/09/01 - 2020/09/30

tour pyrénées 2020 stage
 team roglic start adam race
 @andresj777 @atlefreak1
 @candelaenlaluna @dansilver2
 @jonatanrv79 @no_tontos @pau_vega13
 @_senor_pollo @aprobandomates @b0rmeg4
 @creativemusic11 @europarental @europarentalnet
 @incognoscible_ @jaguerrero @leonorj2003 @msalaet62

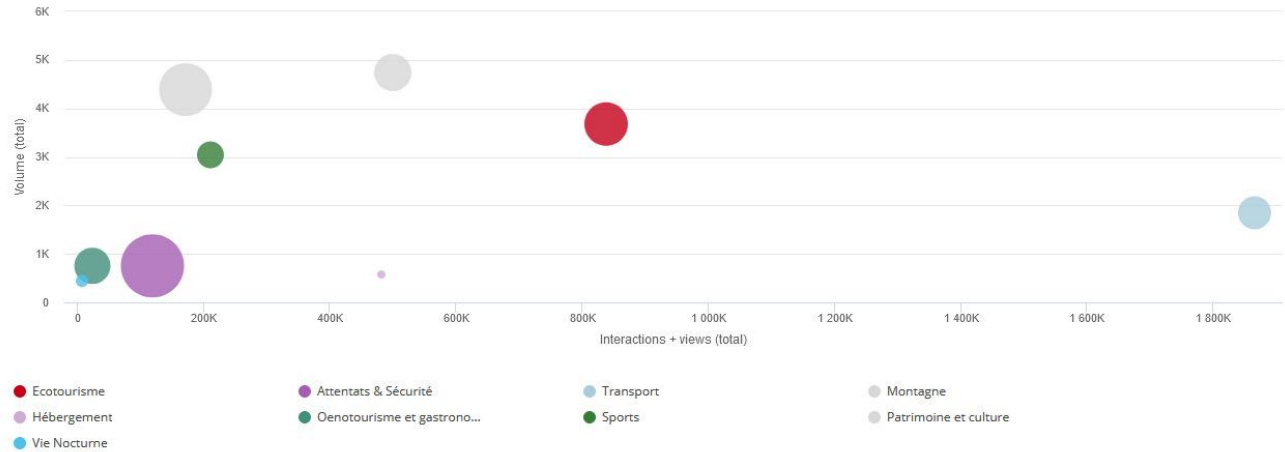
Hahtags associés à la destinati...

2020/09/01 - 2020/09/30

#pyrenees #nature
 #montagne #france
 #landscape #mountains
 #pyrénées #pirineos #occitanie
 #mountain #explore #paysage
 #hiking #tourismeoccitanie
 #naturephotography #travel #randonnée
 #paysage #montana #naturelovers #photography
 #hautespyrenees #laurentlebois #пейзаж #destinationpyrenees
 #landscapephotography #pau #tdf2020 #nicofhedev #pyreneesorientales

Paysage des thématiques les plus activ...

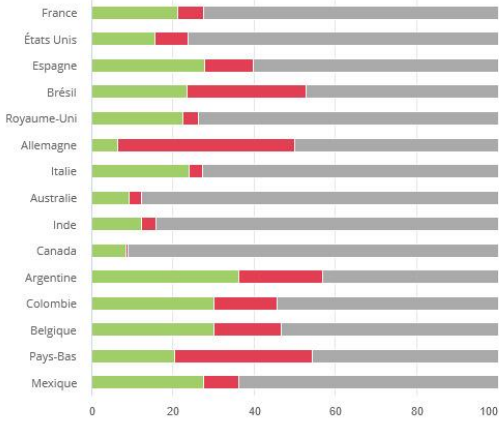
2020/09/01 - 2020/09/30



COMMENT ? La qualification des échanges.

Sentiment par pa...

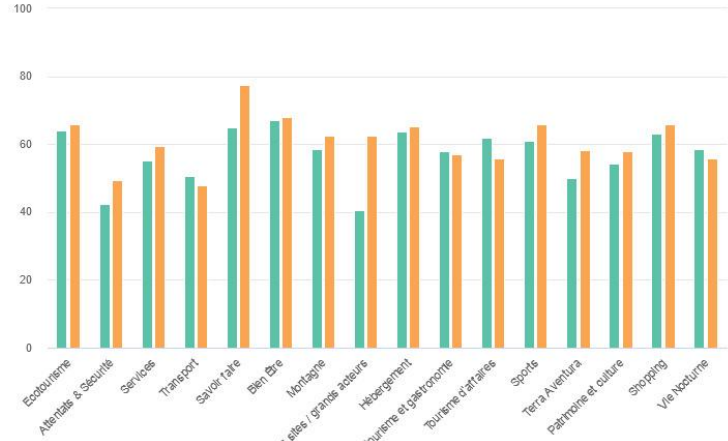
2020/09/01 - 2020/09/30



● Neutre 69 %
 ● Négatif 10 %
 ● Positif 20 %
 Mentions correspondantes 9.6K

Social Reputation Score par thématiq...

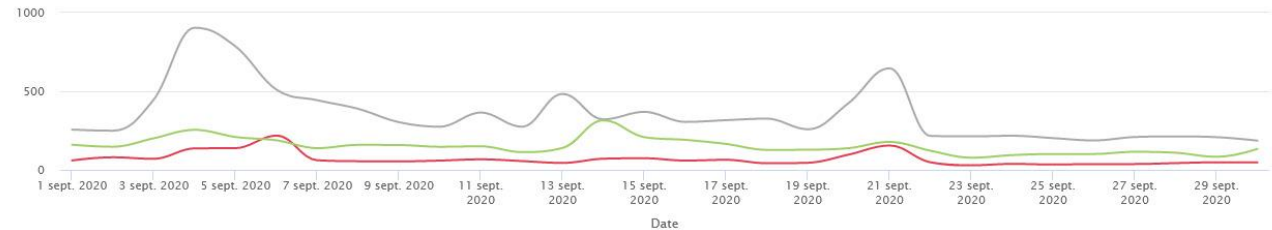
2020/09/01 - 2020/09/30



● Période actuelle 913.5
 ● Période précédente 974.8
 Mentions correspondantes 34.2K

Evolution des conversations par sentime...

2020/09/01 - 2020/09/30



● Neutre 10.5K
 ● Négatif 2.1K
 ● Positif 4.5K
 Mentions correspondantes 17.1K

Sélection d'avis de voyageurs en séjour.

Hotel Bristol : Une bonne adresse au centre de Pau

« J'ai passé une nuit à l'hôtel Bristol début septembre. L'hôtel est très bien situé dans le centre historique avec un parking bien pratique. Il a été très bien rénové et l'accueil du patron est particulièrement aimable. En ces temps de COVID, le plateau individuel du petit déjeuner reste aussi copieux que bon. Une très bonne adresse. »

Hotel Bristol : Très belle étape

« Havre de paix très bien placé au coeur de la ville avec l'avantage d'avoir un parking gratuit. Service très professionnel et attentionné. Belles chambres fraîchement rénovées. La nôtre au 4ème jouit d'une très belle vue sur les Pyrénées. »

HotelMercure Pau Palais des Sports

« Ils ont fait de leur mieux pour le rendre agréable pour tout le monde malgré les mesures corona » (Néerlandais)

HotelQuality Hotel Pau Centre Bosquet

« Pas le meilleur hôtel mais les chambres sont confortables et propres. Le petit déjeuner est super. En résumé, un bon rapport qualité / prix! » (BRITANNIQUES)

Hotel Fasthotel Pau - Lescar

« Un bon hôtel pour passer quelques jours, tous très propres et avec parking inclus. Chambre avec tout le confort C'est un peu à l'écart de tout. Points positifs : Un bon hôtel pour passer quelques jours, tous très propres » (ESPAGNOLS)

Hôtel Le Roncevaux, Pau : Découverte de la ville de pau

Plutôt convenable, chambre cote rue un peu bruyant. Personnel avenant et souriant. Je n'ai pas pu voir grand chose à cause du covid. Deux musées fermes.



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.

