Audit e-réputation des Crus Bourgeois du Médoc

Réalisé par DIGITALL Conseil - 2017

Préambule

Pourquoi réaliser un audit e-réputation de la marque Cru Bourgeois ?

1 **Disposer d'un point** précis et complet de l'image online de la marque commerciale « Cru Bourgeois » et des produits Crus Bourgeois

2 **Construire la ligne éditoriale** des Crus Bourgeois sur leurs réseaux sociaux

3 **Positionner les Crus Bourgeois parmi ses concurrents** sur la base de comparaisons réalisées entre l'e-réputation des Crus Bourgeois et celle de marques concurrentes

4 **Identifier les chantiers à mener** pour le développement des Crus Bourgeois sur les réseaux sociaux

Rappel méthodologique

Mentions analysées

« **Crus Bourgeois » (mentions comportant à minima cette dénomination)**

Concurrents analysés :

1. Crus classés du Médoc 1855
2. Vins de St Emilion et Crus Classés de St Emilion
3. Vins de Bourgogne
4. Vins du Languedoc
5. Champagne

Langues & Pays

L'audit analyse les publications écrites en français et anglais

L'audit analyse les publications écrites dans les langues mentionnées ci-dessus et localisées dans les pays suivants :

- France, Belgique, UK, Allemagne, Canada, Chine

Origine des mentions

Plateformes online non propriétaires :
Médias online, Twitter, Facebook (profils publics uniquement), Instagram, YouTube, blogs, forums et autres sites web.

Plateformes online propriétaires :

- Page Facebook, Comptes Twitter FR et US
- Compte Instagram FR
- Chaîne YouTube FR

Période d'analyse

Janvier 2016 à janvier 2017

Pictogrammes (utilisés au sein de l'audit)

Impressions Reach

Sommaire

01. L’essentiel à retenir

02. E-réputation de la marque Cru Bourgeois

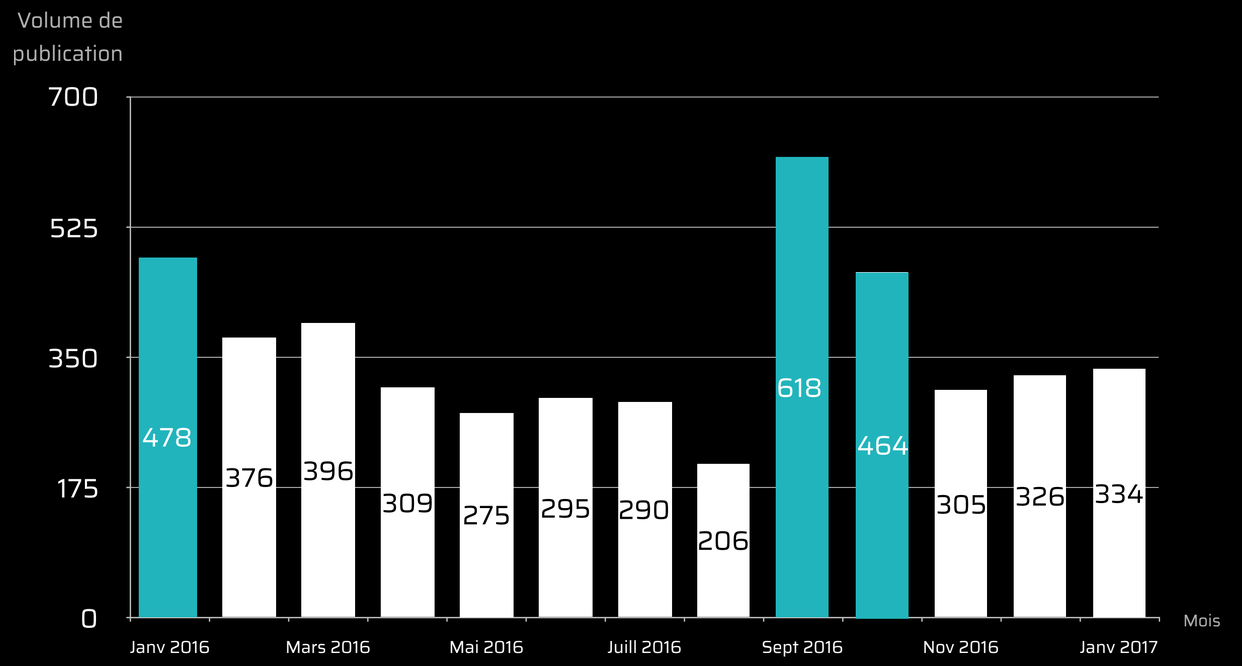
03. Diagnostic

01

L’essentiel à retenir

Volume des publications

Combien de fois la marque Cru Bourgeois a-t-elle été citée ?



4 672
Publications

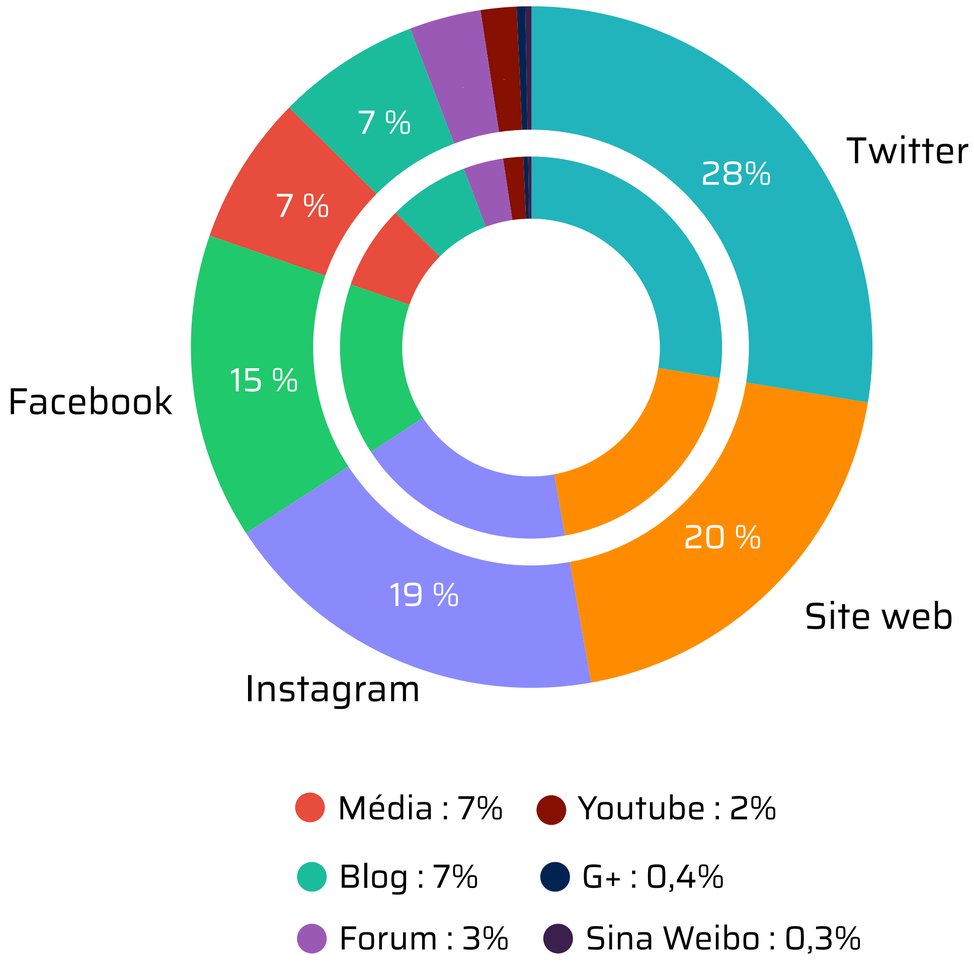
24.4M
Impressions

2.34M
Reach estimé

Attributs des publications (1/2)

Où les publications ont-elles été publiées ?

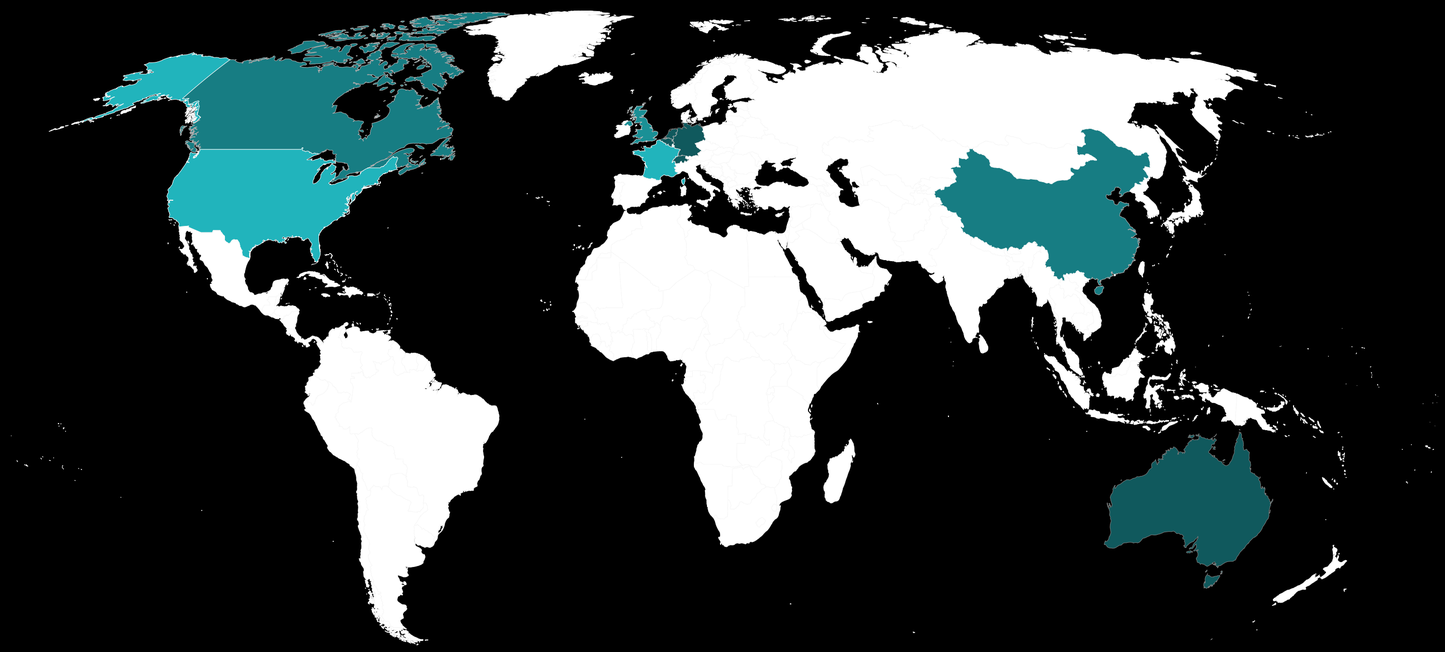
GRAVES (308) **CHATEAU (822)**
#BORDEAUX (714)
#CRUBOURGEOIS (681) FRENCH (259)
BORDEAUX (1 183)
VIN (381) **CRU BOURGEOIS (765)**
BOURGEOIS (239) # MEDOC (465) # WINE (570)
PAUILLAC (289) MERLOT (300) @CRUSBOURGEOIS (247)
CABERNET SAUVIGON (327) VIN (434) MARGAUX (390)
MEDOC (851) # CRUSBOURGEOIS (453)
FRANCE (521)



Attributs des publications (2/2)

Où les publications ont-elles été publiées ?

Répartition des publications (par pays)



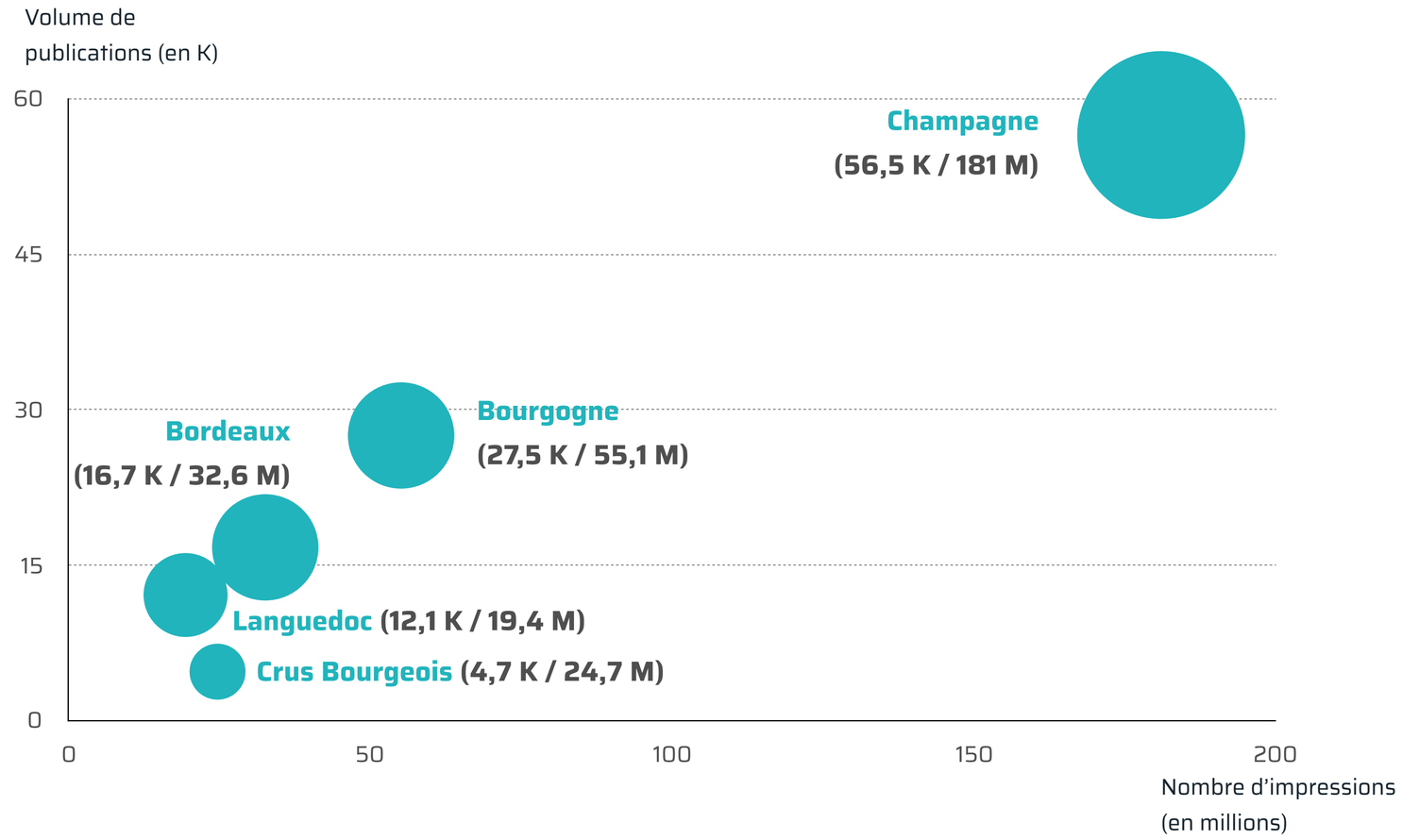
Répartition des publications (par langue)

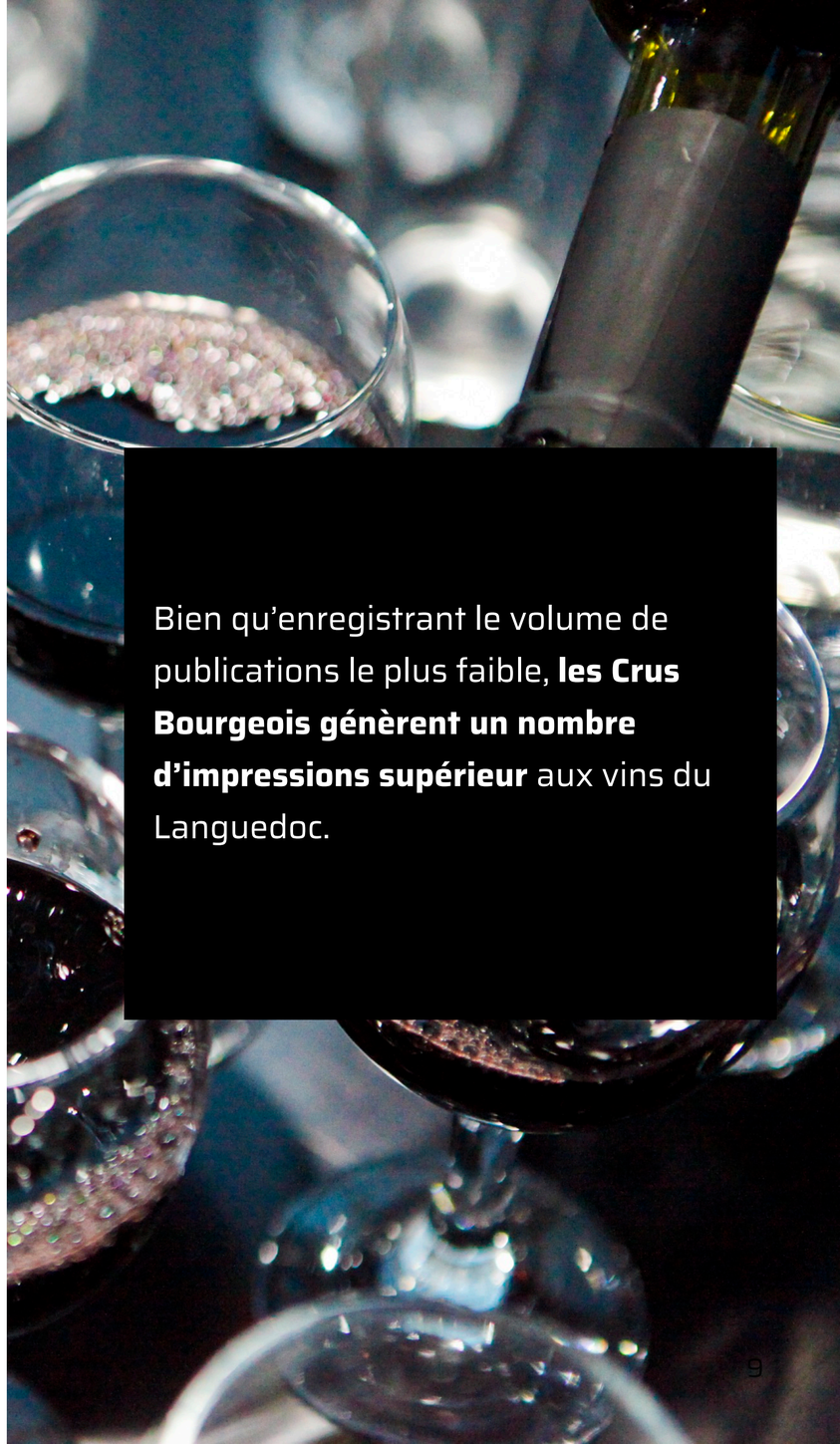
Top 5 Pays*	Vol.
France	**1 758**
Etats-Unis	**570**
Royaume-Uni	**193**
Canada	77
Chine	46

Les **internautes français** sont majoritairement à l'origine des conversations online autour des Crus Bourgeois.

Positionnement de l’e-réputation de la marque Cru Bourgeois

Comment se positionne l’e-réputation de la marque Cru Bourgeois ?





Bien qu’enregistrant le volume de publications le plus faible, **les Crus Bourgeois génèrent un nombre d’impressions supérieur** aux vins du Languedoc.

02

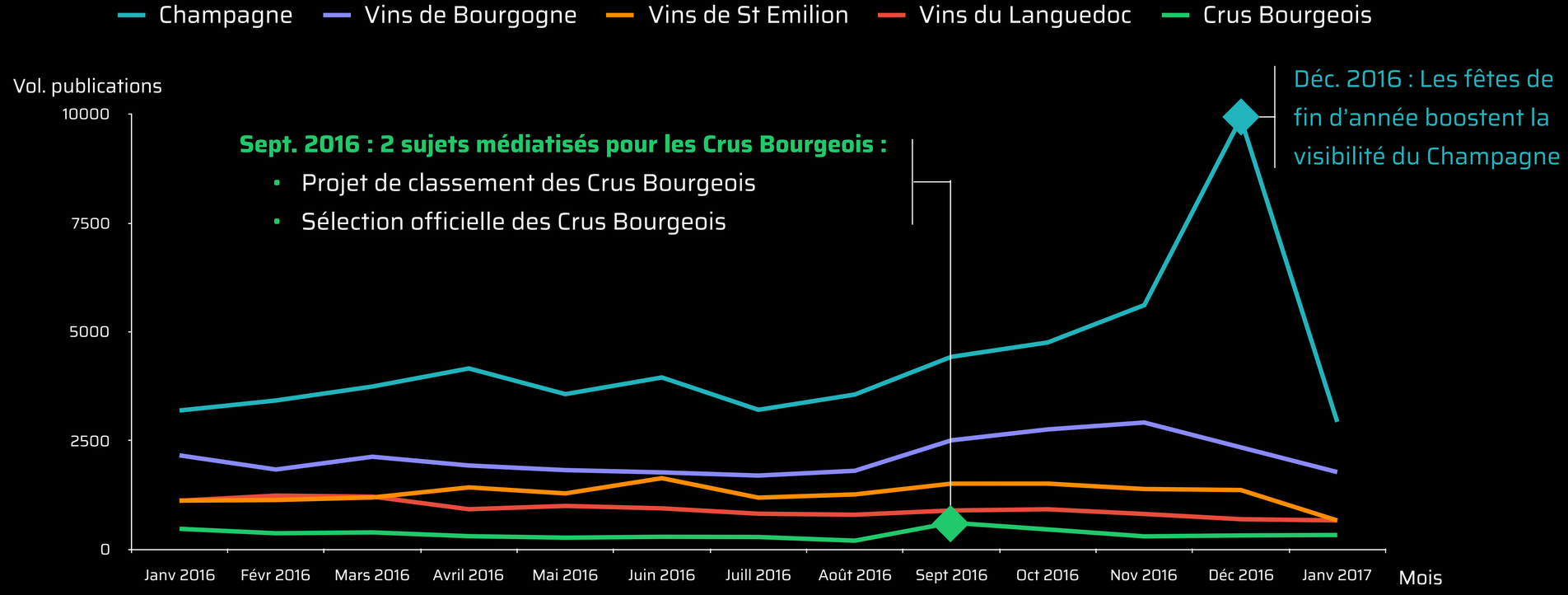
E-réputation de la marque Cru Bourgeois

Quelles différences existe-t-il entre la visibilité des Crus Bourgeois et celle de ses concurrents ?

Existe-t-il des écarts significatifs en termes de volumétrie et de tonalité ?

Volumétrie comparée des publications

Quelle marque a généré le plus de publications online ?



Basé sur le volume total de publications correspondant aux 6 marques sur la période d'analyse (124 961 publications)

Positionnement des Crus Bourgeois parmi ses concurrents

Quels sont les principaux indicateurs de visibilité pour chaque marque ?

Marques	Publications	Impressions	Reach estimé
Crus Bourgeois	**4,7K**	**24,4M**	**2,3M**
Champagne	56,5K	178M	17,2M
Bourgogne	27,5K	54M	7,1M
Bordeaux	16,7K	31,5M	4,6M
Languedoc	12,1K	18,9M	2,2M

Position des Crus Bourgeois :

Publications	Impressions	Reach
6ème	4ème	4ème

En comparaison aux Vins du Languedoc et de Bordeaux - plus souvent cités - **la marque Crus Bourgeois génère plus d'impressions et enregistre un reach plus important.**

Basé sur la quantité totale de publications correspondant aux 6 marques sur la période d'analyse (124 961 publications)

Répartition de la visibilité des marques par plateforme

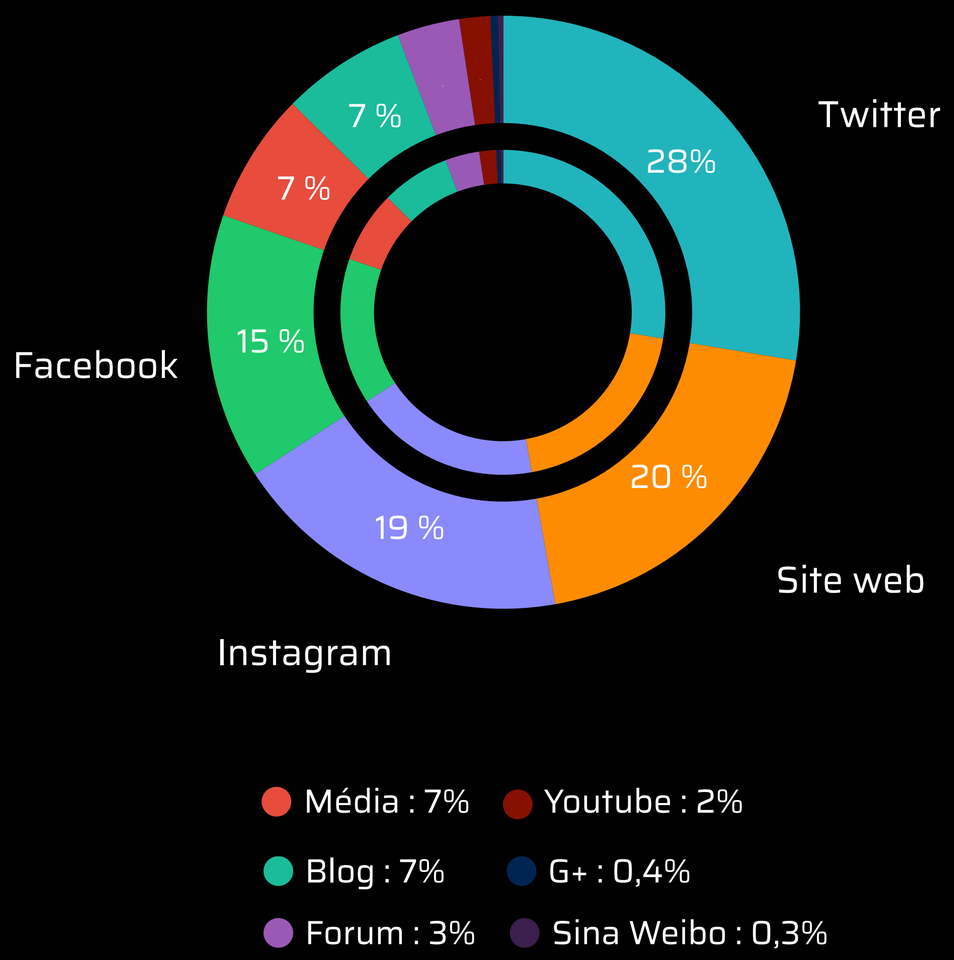
Sur quelles plateformes la marque Cru Bourgeois et les marques concurrentes sont les plus discutées ?

Visibilité des marques par plateforme (volume de publications)

Marques	Crus Bourgeois	Bordeaux	Champagne	Bourgogne	Languedoc
Twitter	**1,31K**	1,34K	**16,7K**	4,19K	2,96K
Site Web	**921**	**1,69K**	11K	3,76K	2,38K
Instagram	**886**	604	13,9K	**12,9K**	2,48K
Facebook	**680**	970	9,08K	3,61K	**3,02K**
Media	**332**	866	2,43K	1,88K	743
Blog	**323**	456	1,46K	964	434
Forum	**165**	178	1,85K	376	101
Youtube	**77**	42	267	126	42
Google +	**17**	33	207	45	30
Commentaire	**7**	10	46	22	38

Comment se positionnent les concurrents ?

Une faible visibilité des marques sur YouTube avec moins de 1% de leur visibilité et au sein des **blogs** (moins de 5% de leur visibilité).



Focus sur la répartition de la visibilité de la marque Cru Bourgeois par plateforme

Sur quelles plateformes la marque Cru Bourgeois est la plus discutée ?

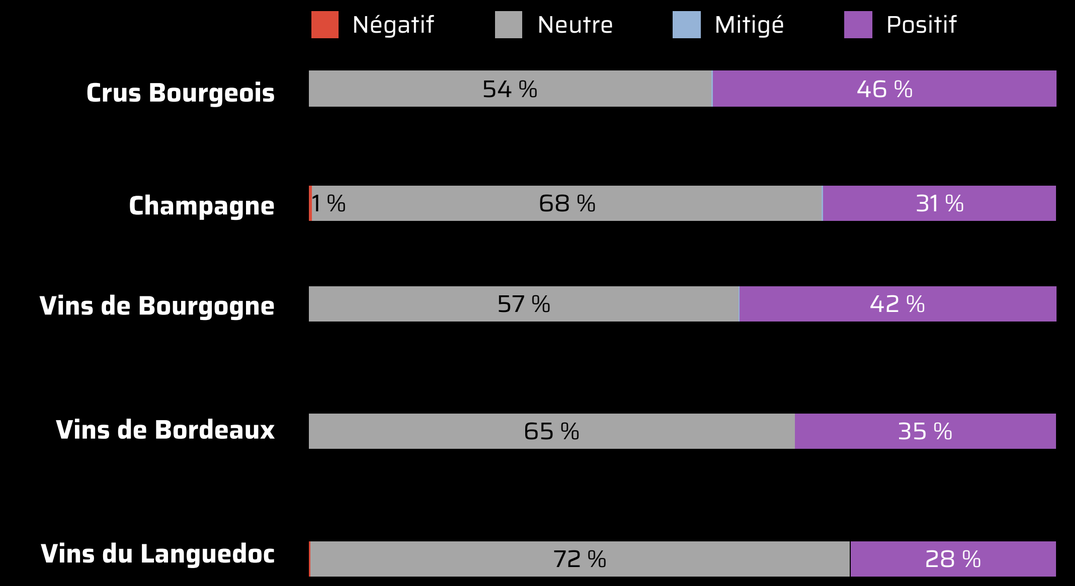
Top 3 plateformes	Nbr. publications	Nbr. impressions	Reach
Twitter	1 313	20,6 M	1,6 M
Site Web	921	1,88 M	93,8 K
Instagram	886	642 K	96,4 K

Une prépondérance de Twitter dans la visibilité de la marque Cru Bourgeois avec **27,7%** de sa visibilité (soit 1 313 publications online).

Tonalité des publications mentionnant les marques

Quelle est la teneur des publications des différentes marques ?

Tonalité en % (langues : anglais et français)



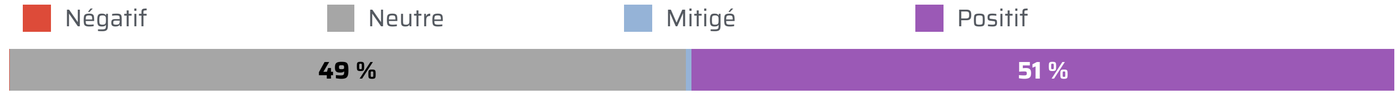
Les Crus Bourgeois enregistrent la plus forte proportion de publications positives (45,9%).

Focus sur la tonalité des publications mentionnant la marque Cru Bourgeois

Quelle est la tonalité des publications mentionnant la marque Cru Bourgeois ?

Tonalité en % (langues : anglais et français)

Tonalité en % (langues : anglais)

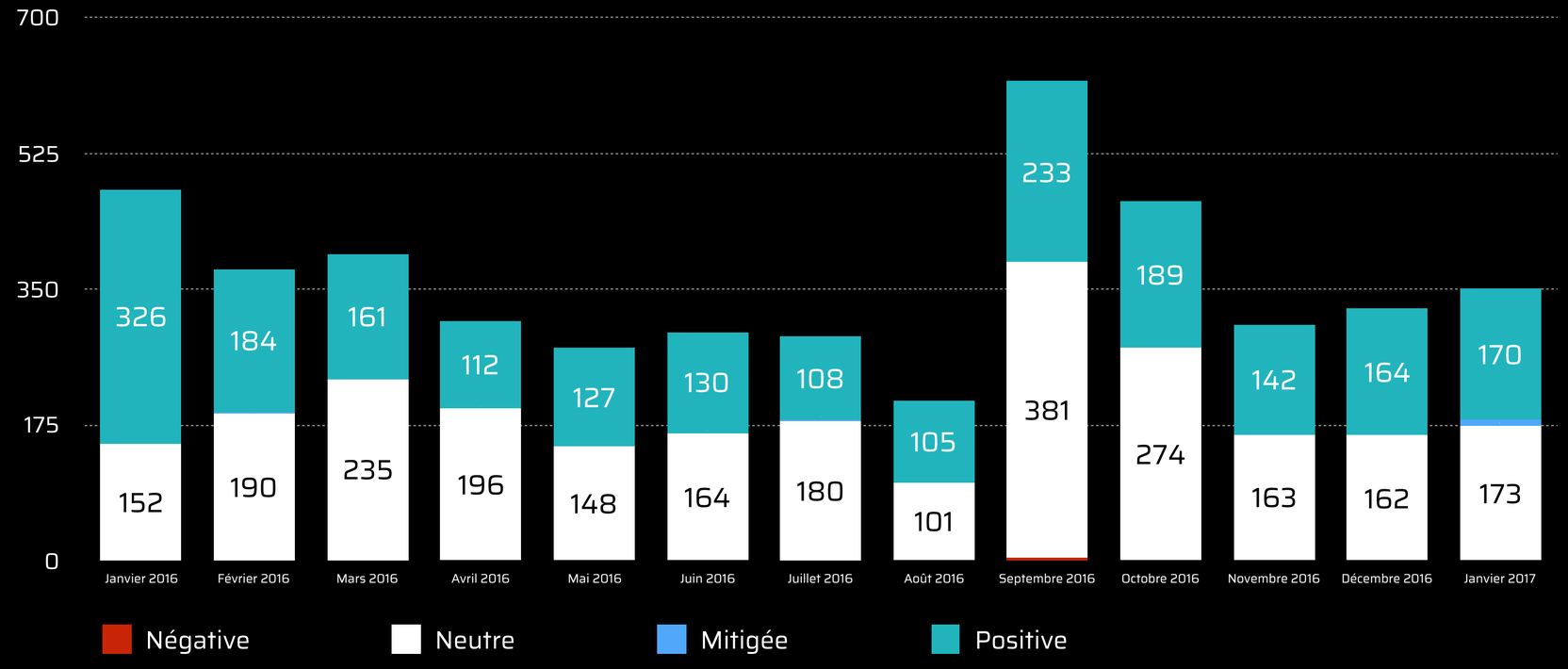


Au global, une visibilité favorable des Crus Bourgeois avec des sujets d'intérêt tels que :

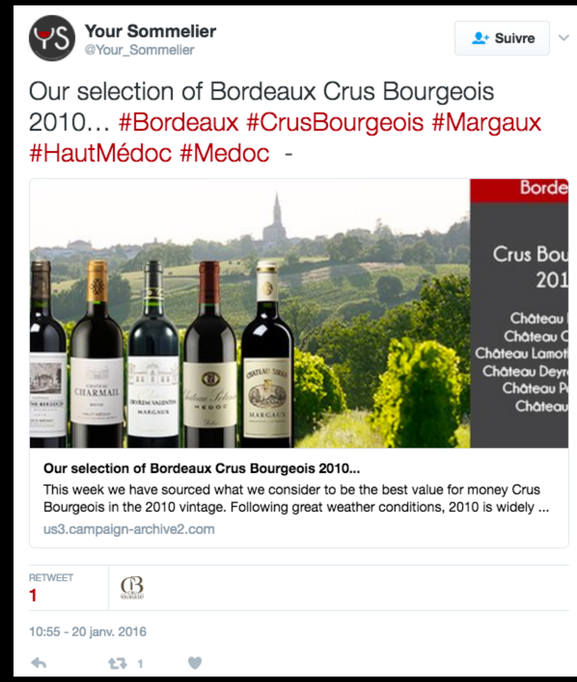
- La soirée dégustation du millésime 2014 (Figaro),
- L'innovation présentée par le projet de classement des Crus Bourgeois.

Evolution de la tonalité des publications de la marque Cru Bourgeois

Comment a évolué la tonalité des publications mentionnant la marque Cru Bourgeois ?



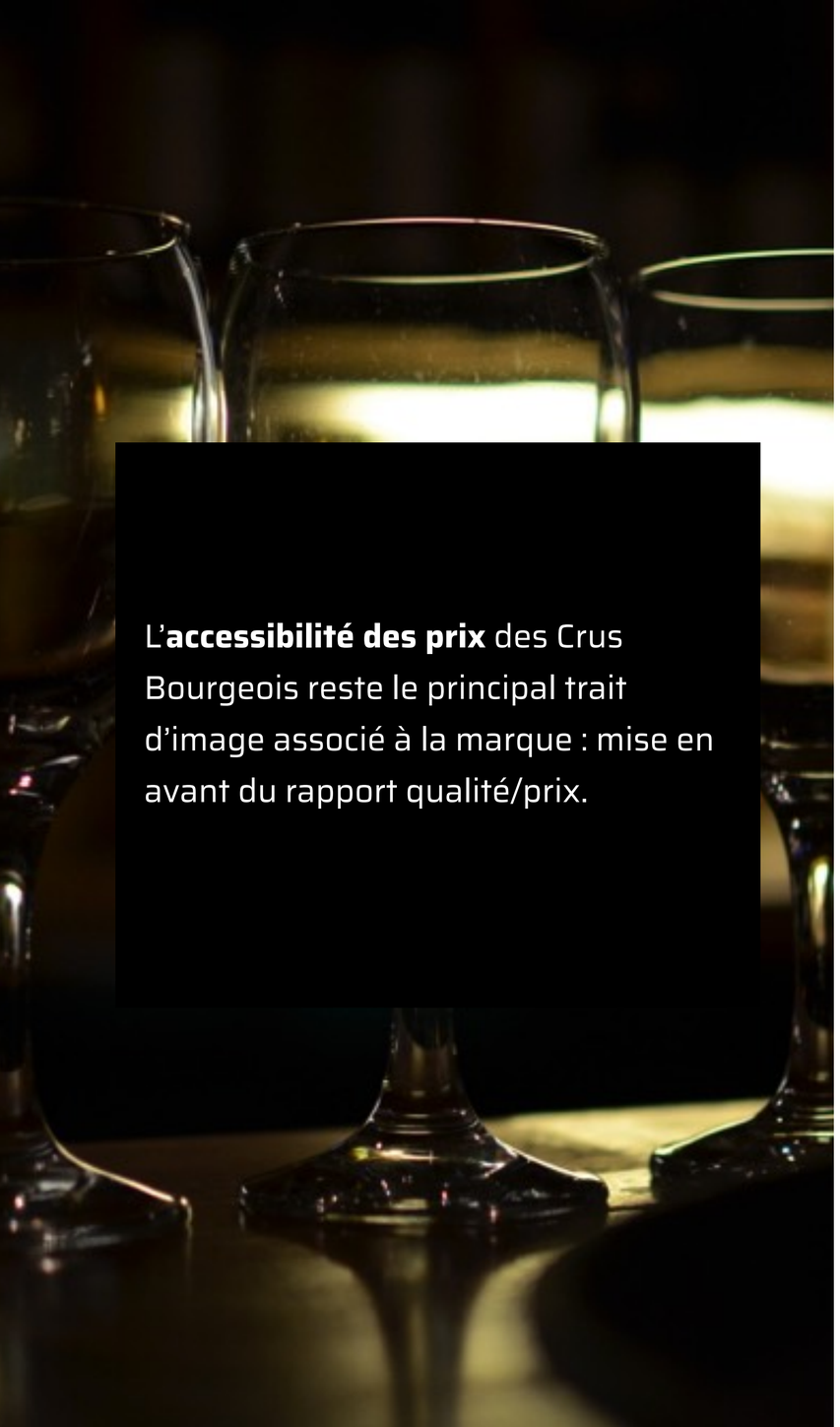
La volumétrie des **publications positives** sur la période est stable : la marque Cru Bourgeois enregistre **165 publications online favorables en moyenne par mois.**



Quel est le contenu des conversations portant sur les Crus Bourgeois ?

Quels sont les traits d'image associés aux Crus Bourgeois ?

Quels thématiques et sujets ont porté la visibilité de la marque ?



L'**accessibilité des prix** des Crus Bourgeois reste le principal trait d'image associé à la marque : mise en avant du rapport qualité/prix.

Traits d'image associés à la marque Cru Bourgeois

Quels traits d'image sont associés à la marque Cru Bourgeois ?

Estimation* du poids des traits d'image dans la visibilité de la marque

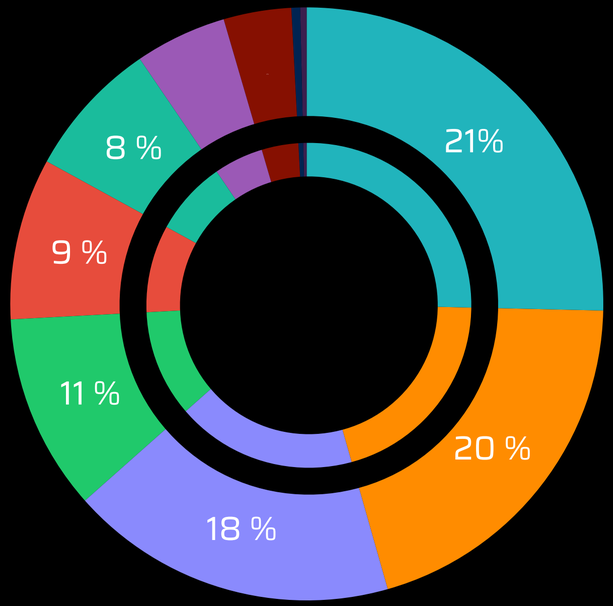
Accessibilité prix	●●●○○
Exigence	●●○○○
Dynamique	●●○○○
Audace / Innovation	●●○○○
Décalé	●○○○○
Qualité des vins contrôlés	●○○○○
Impartialité	●○○○○
Authenticité	●○○○○
Luxe accessible	○○○○○
Chic	○○○○○
Humanité	○○○○○

Au global, une faible visibilité des traits d'image de la marque et de ses valeurs.

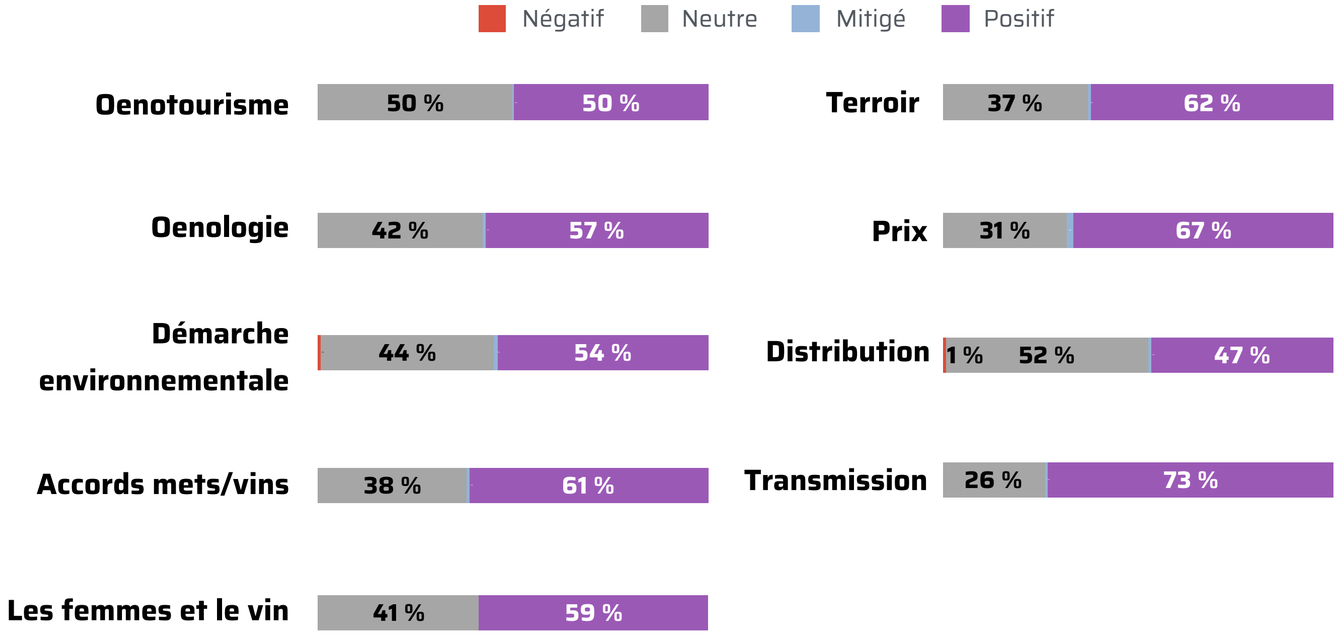
*Il s'agit d'une estimation automatique de la visibilité « au global » basée sur le nombre de récurrences de chaque trait d'image lorsqu'il est identifié dans une publication où est mentionnée la marque Cru Bourgeois

Représentativité des thématiques clés de la marque Cru Bourgeois

Quelle est la part des publications par thématique ?



- Oenotourisme : 998
- Oenologie : 729
- Démarche environnementale : 345
- Accords mets/vin : 197
- Les femmes et le vin : 17
- Terroir : 796
- Prix : 465
- Distribution : 293
- Transmission : 146
- Sina Weibo



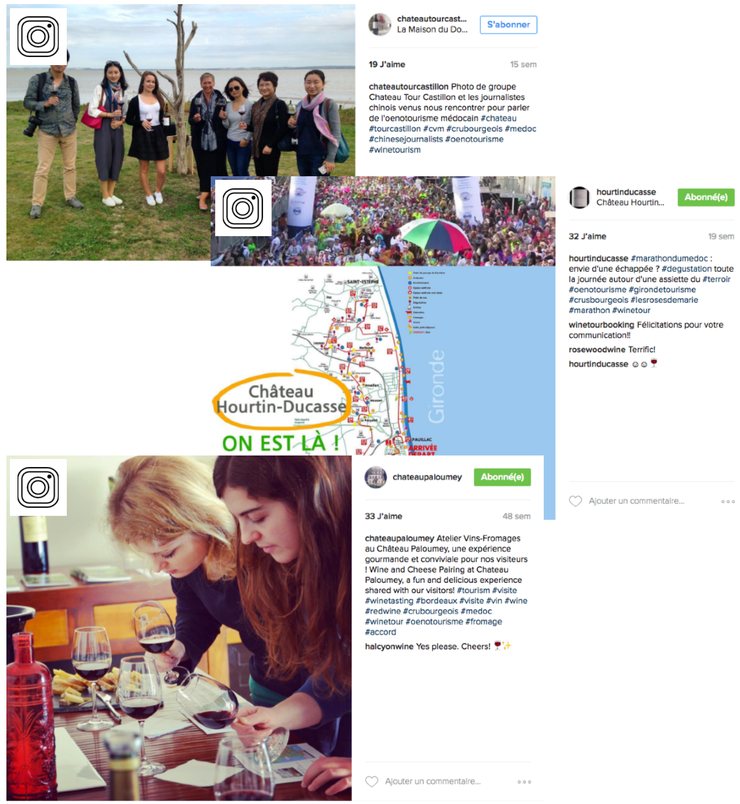
L'oenotourisme représente un poids important dans la visibilité globale de la marque avec près de **22%** des publications online.

Extraits de posts

TOP 3 thématiques

Oenotourisme

Promotion réalisée par les Châteaux

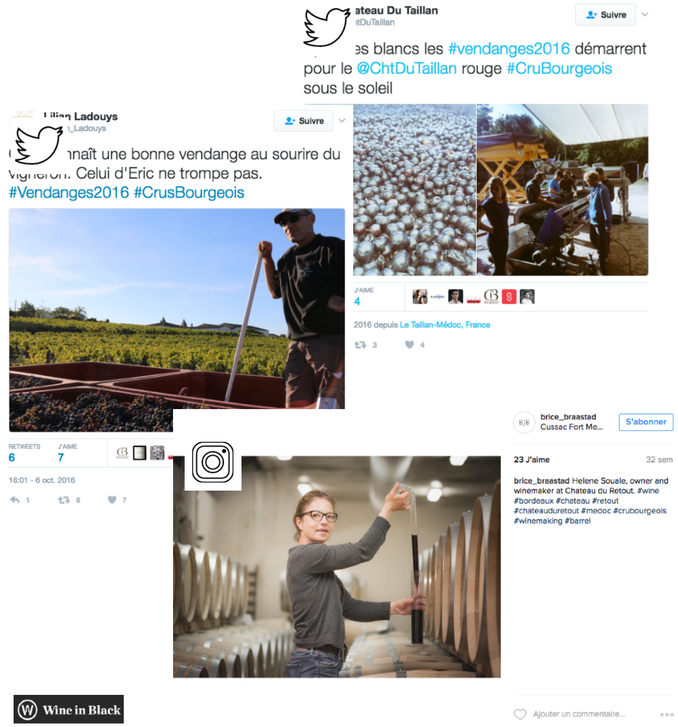


Terroir

Valorisation du vignoble par les châteaux

Oenologie

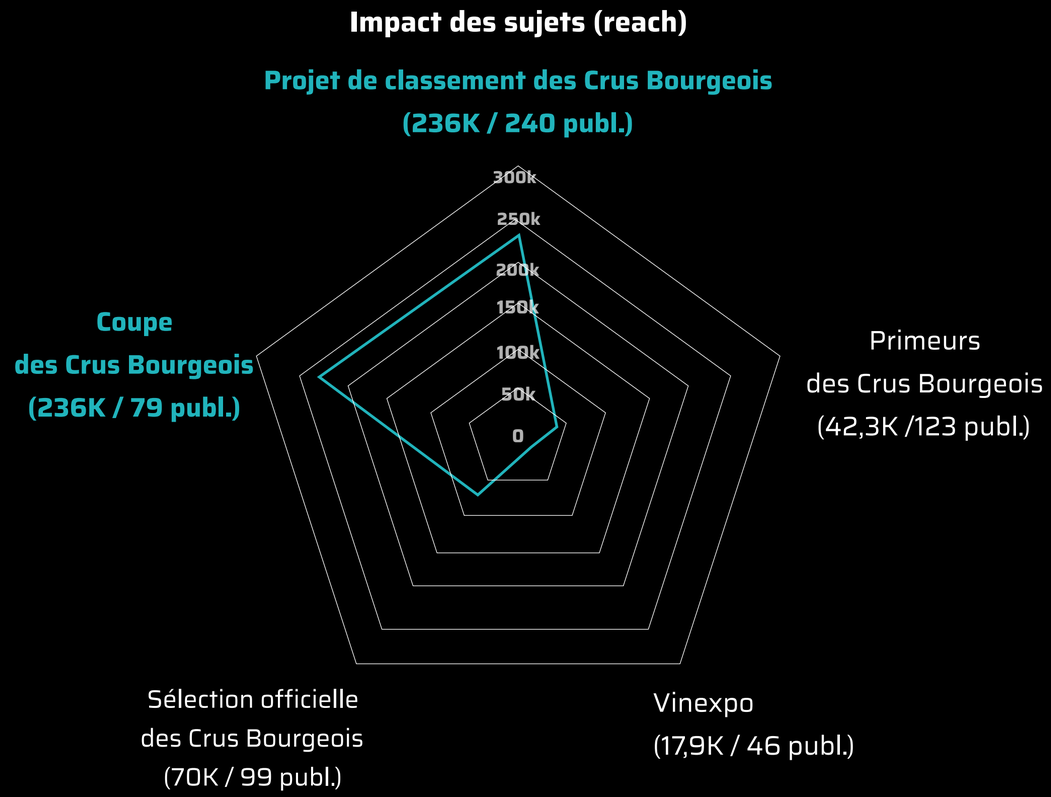
Lumière sur les métiers du vin



Le Château Vieux Coutelin est l'une des propriétés phares de l'Appellation Saint-Estèphe et a obtenu sa classification en 'Cru Bourgeois' en 2011. Les terroirs, le micro-climat, les soins apportés à la vigne et au chai ont contribué à ce succès, ainsi qu'aux médailles attribuées au millésime 2014.

Impact des sujets associés à la marque Cru Bourgeois

Quels sujets associés à la marque Cru Bourgeois sont les plus impactants (reach) ?



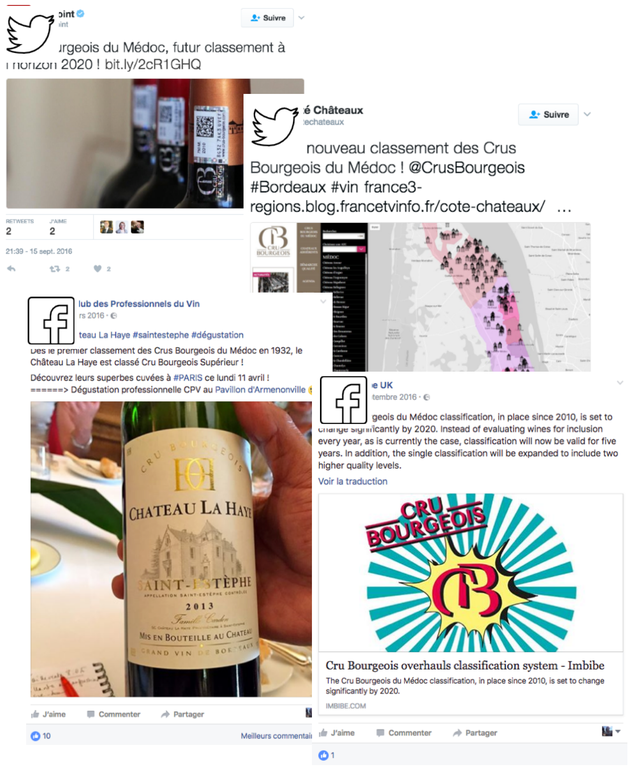
La **Coupe des Crus Bourgeois** et le projet de **classement des Crus Bourgeois** enregistrent chacun un reach de 236K

Extraits de posts (1/2)

Projet de classement des Crus Bourgeois

(240 publications)

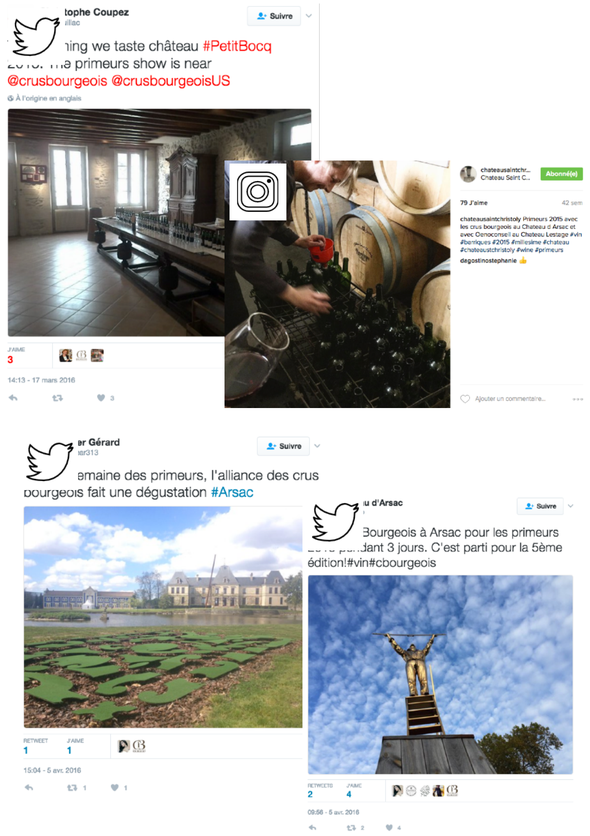
Accueil favorable du classement, gage de qualité (mentions du sticker)



Primeurs des Crus Bourgeois

(123 publications)

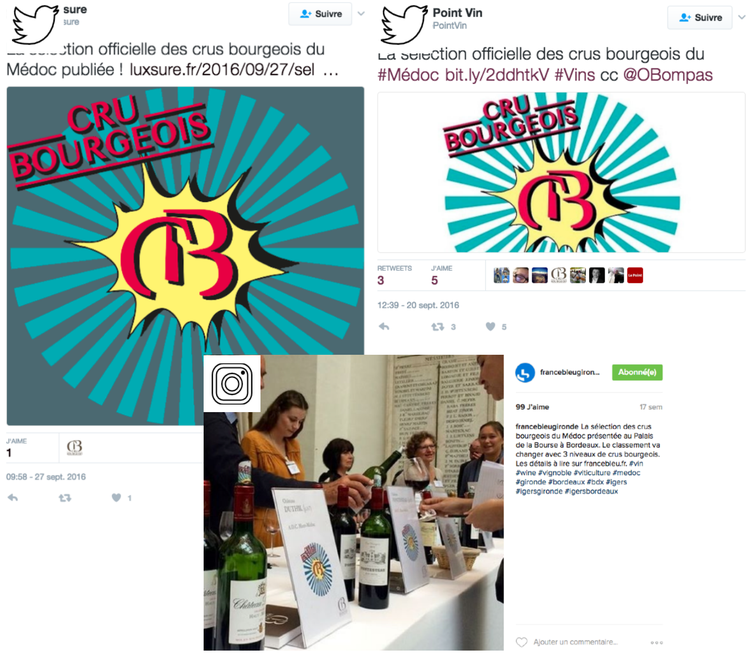
Une couverture majoritairement neutre



Sélection officielle des Crus Bourgeois

(99 publications)

Un enthousiasme autour de la sélection



« **Quand la sélection d'un millésime est dévoilée, c'est un véritable événement !** » (luxsure.fr, sept. 2016)

Extraits de posts (2/2)

Coupe des Crus Bourgeois

(79 publications)

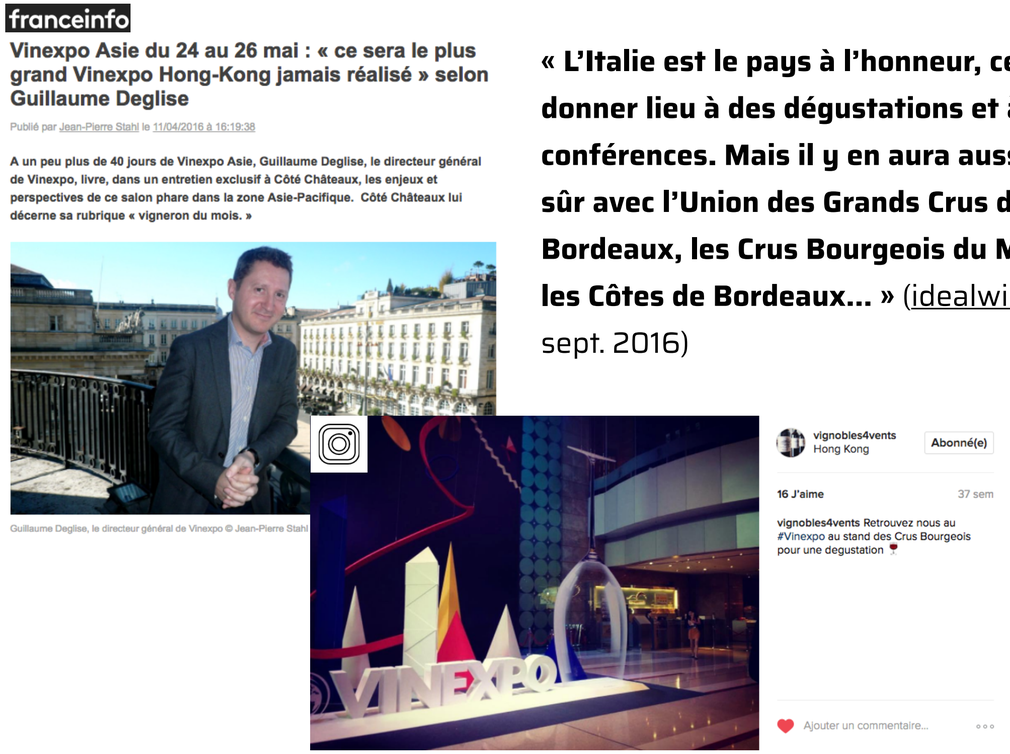
Un traitement positif : rappel des anciens vainqueurs et félicitations au Château Belle-Vue

« Difficile de ne pas évoquer le Château Belle-Vue, qui va de succès en succès – ce haut-médoc est le récent vainqueur de la coupe des crus bourgeois – et que nous suivons de près depuis plus de … 10 ans ! Le 2014 est une réussite, avec un nez délicat et complexe » (idealwine.net, sept. 2016)

Vinexpo

(46 publications)

Une majorité de « simples » mentions des Crus Bourgeois



« L'Italie est le pays à l'honneur, ce qui va donner lieu à des dégustations et à des conférences. Mais il y en aura aussi bien sûr avec l'Union des Grands Crus de Bordeaux, les Crus Bourgeois du Médoc, les Côtes de Bordeaux… » (idealwine.net, sept. 2016)

Mots-clés associés aux Crus Bourgeois (impressions)

Quels sont les mots-clés les plus impactants ?

Top 10 mots-clés	Nbr. impressions
bordeaux	2,5 M
@Figaro_Avis_Vin	2,3 M
medoc	2,1 M
# vins	1,9 M
@Dupont_LePoint	1,7 M
margaux	1,3 M
cru bourgeois	1,3 M
france	1,2 M
champagne	1,2 M
@OBompas	1,1 M

Ce qui booste l'impact des publications :

- Mots-clés se rapportant au **« territoire » (bordeaux, medoc, france)**
- Mots-clés se rapportant à des **noms de comptes influents (@Figaro_Avis_Vin, @Dupont_LePoint, @OBompas)** dont la viralité de leurs tweets a été forte

Hashtags associés aux Crus Bourgeois

Quels sont les hashtags associés aux Crus Bourgeois ?

Top 5 hastags	Nbr. publications	Nbr. impressions	Reach
# bordeaux	**715**	**817 K**	**92,5 K**
# crubourgeois	681	630 K	72,1 K
# wine	571	675 K	85,2 K
# medoc	465	**944 K**	**87,3 K**
# crusbourgeois	453	503 K	45,9 K

Parmi les hashtags officiels de la marque Cru Bourgeois, **#crubourgeois** est davantage utilisé que **#crusbourgeois**

Hashtags associés aux Crus Bourgeois

Focus sur les deux hashtags les plus utilisés

#crubourgeois

Tonalité

Plateformes les plus actives :

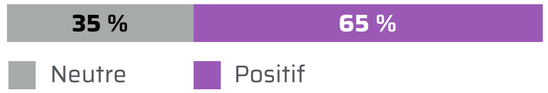
Plateformes	%
Instagram	73,9
Twitter	22,9

Sujets clés

- Dégustations de Crus Bourgeois par des amateurs (partage d'expérience)
- Accords mets/vins

#bordeaux

Tonalité



Plateformes les plus actives :

Plateformes	%
Instagram	72,3
Twitter	23,3

Sujets clés

- Dégustations de Crus Bourgeois par des amateurs (partage d'expérience)

Focus sur les hashtags spécifiques à la marque Cru Bourgeois

Répartition des hashtags relatifs à la marque Cru Bourgeois

Hashtags	Nbr. publications	Nbr. impressions	Reach	Tonalité dominante
#crubourgeois	**681**	630 K	72,1 K	**69,7 %**
#crusbourgeois	**453**	503 K	45,8 K	**59,2 %**
#cbwomeninwine	22	116 K	14,4 K	**72,7 %**
#coupedescrusbourgeois	21	20,4 K	2,09 K	**71,4 %**
#crusbourgeoisdumedoc	17	14,1 K	2,04 K	**70,6 %**
#crusbourgeoiscup	7	5,62 K	843	**57,1 %**
#crubourgeoisdumedoc	3	311	46	**66,7 %**
#crusbourgeoisUS	1	95	14	**100 %**
#crubourgeoisUS	0	-	-	-
#crubourgeoiscup	0	-	-	-
#cbcoupechat	0	-	-	-

Plateformes les plus actives :

Twitter

Instagram

Utilisateurs :

- Châteaux Crus Bourgeois : Tour Castillon, Lilian Ladouys
- Blogueuses, rédacteurs sur le vin, Le Point
- Comptes Twitter et Instagram des Crus Bourgeois (France)

Un **traitement très positif** pour une large majorité des hashtags ci-contre.

Une **utilisation plus récurrente des hashtags officiels** permettant de citer la marque Cru Bourgeois : **#crubourgeois** et **#crusbourgeois** enregistrent les plus forts volumes de publications et d'impressions.

Quelles sont les conversations les plus actives ?

Quelles publications ont été les plus visibles pendant cette période ?

Top publication sur Twitter

Quel tweet a été le plus impactant sur la période ?

TOP tweet le plus impactant (en termes d'impressions)

Le Figaro | 2,31M followers 14/11/2016

Le beau millésime 2014 des crus bourgeois https://t.co/myjq5HlEw6 https://t.co/iwRxjpreqN

« Une quarantaine de crus bourgeois de Bordeaux se sont déplacés à la soirée de dégustation du Figaro qui a eu lieu le 27 octobre 2016 dans la belle salle d'Artcurial devant **un public enthousiaste et il y avait de quoi**. » (avis-vin.lefigaro.fr, novembre 2016)

2,31M **185K**

Un sujet au centre de toutes les attentions : la soirée de dégustation Crus Bourgeois du Médoc organisée avec Le Figaro en octobre 2016.

Top publication sur Facebook

Quel post Facebook a été le plus impactant sur la période ?

TOP post Facebook le plus impactant (en termes d'impressions)

Terre de Vin | 45,6K followers 19/12/2016

A vos agendas ! Le 16 février prochain, Terre De Vins et les Vins de Saint-Estèphe vous donnent rendez-vous pour Saint-Estèphe Tasting 2017.

« Plus de 40 propriétés seront présentes (...) les **valeurs montantes** comme Lilian Ladouys, Troquoy Lalande, (...) Crus Classés, **Crus Bourgeois** » (terredevins.com, déc. 2016)

45,6K **3,19K**

Top publication sur Instagram

Quel post Instagram a été le plus impactant sur la période ?

TOP post Instagram le plus impactant (en termes d'impressions)

DrinkBordeaux | 40,3k followers 09/07/2016

2005 Château Tour Seran from #Medoc. No question this punches above its weight. While young, this is well-balanced and drinking well now. Th...

« Overall, this is an **excellent value**. We saved some for another day, and it was actually smoother and more poised on the second day. Cheers! » (@drinkbordeaux, juillet 2016)

40,3K **6,05K**

Focus sur les publications les plus engageantes*

Twitter

Soirée de dégustation Crus Bourgeois (Le Figaro)

8 retweets | **6** likes

Facebook

Portrait du Château Hourtin-Ducasse

150 likes | **12** partages | **5** favoris | **2** commentaires

Instagram

Demande de conseil d'un passionné de vin auprès d'autres passionnés

529 likes

Médias online

Projet de classement des Crus Bourgeois

16 partages

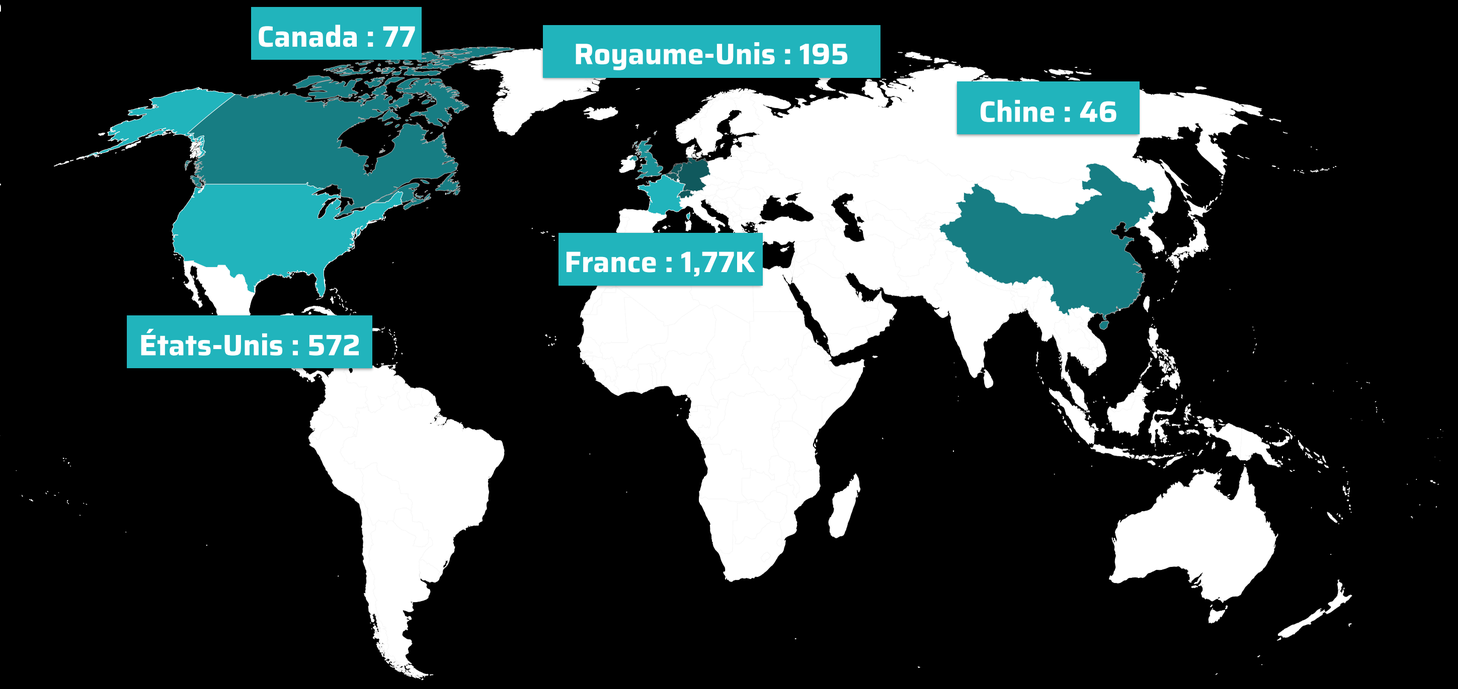
*Publications online, toutes plateformes confondues, qui ont généré l'engagement des internautes (commentaires, partages...)

Quels internautes animent les conversations autour des différentes marques ?

Caractéristiques* des internautes mentionnant la marque Cru Bourgeois

Qui sont les internautes qui s'expriment sur la marque Cru Bourgeois ?

Pays d'origine des internautes (TOP 5 en volume de publications)

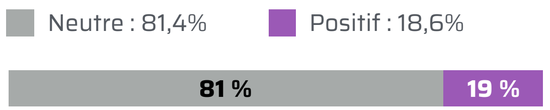


Top 5 Villes	Nbr. publications	Nbr. impressions	Reach
Bordeaux	**411**	**1,1 M**	**88,3 K**
Paris	**125**	**4,22 M**	**338 K**
Montréal	**43**	**130 K**	**10,4 K**
Londres	36	59,8 K	5,9 K
Couquèque	35	9,7 K	1,5 K

Tout comme ses marques concurrentes, **la France et les Etats-Unis** sont les deux pays qui enregistrent les plus forts volumes de publications pour les Crus Bourgeois.

*Sur la base des 4 672 publications mentionnant les Crus Bourgeois (hors marques concurrentes).

Focus sur les 3 villes les plus actives

	Bordeaux	Paris	Montréal
Langues des internautes	Anglais : 47,2% Français : 52,8%	Anglais : 8% Français : 92%	Anglais : 4,6% Français : 95,4%
Démographie des internautes	Masculin : 78,3% Féminin : 21,7%	Masculin : 61,9% Féminin : 38,1%	Masculin : 100% Féminin : 0%
Tonalité des publications			
Centres d'intérêts des internautes	#bordeaux #coupedescrusbourgeois #crubourgeois #crusbourgeois #hautmedoc #jeudisdudesign #madd_bordeaux #margaux #medoc #merlot #organicwine #protips #sarasota #tasting #vendanges2016 #vin #washington #wine #winelover #wines	#bordeaux #chateaux #crusbourgeois #crusbourgeois #dejeuner #france #ilovebordeaux #lasserre #margaux #medoc #mill #morning #paris #sunrise #tasting #vin #vineyard #vins #wine #winetasting	#antoinemoueixproprietes #bestvalue #bordeaux #crubourgeois #crusbourgeois #dansmonverre #decanter #domainescgr #lemaire #margaux #medoc #robertpeides #saintestephetasting #saq #terredevins #vendanges2016 #vin #vins #wine #wineiq

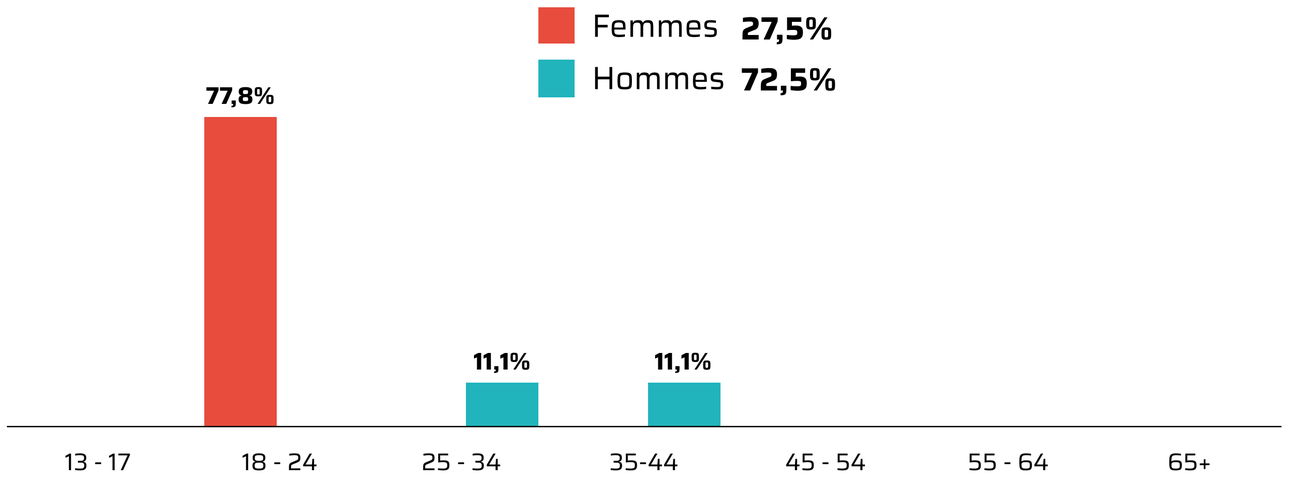
Professions les plus actives (volume)

animateur de television artisan auteur avocat blogueur
chef cuisinier chef de projet chroniqueur cineaste conferencier conseiller
conseiller de redaction consultant courtier createur designer
detaillant directeur directeur artistique
directeur de la technologie directeur general ecclesiastique
ecrivain voyageur editeur educateur entrepreneur expert
fondateur guide historien ingenieur logiciel inventeur
journaliste manager marchand medieviste mycologue patissier
pharmacien philologue president producteur reporter scenariste
scientifique secretaire sommelier travailleur independant
viticulteur œnologue

Top 5 professions	Nbr. publications	Nbr. impressions	Tonalité dominante	Plateforme la + active
Entrepreneur / Fondateur / DG	25	143 K	60 %	84 %
Consultant	21	24,3 K	66,7 %	95,2 %
Blogueur	20	41,2 K	60 %	60 %
Journaliste	15	19 K	66,7 %	60 %
Sommelier	10	22,3 K	60 %	80 %

Qui sont les internautes qui s'expriment sur la marque Cru Bourgeois ?

Genre**



Les internautes les plus actifs dans la médiatisation de la marque Cru Bourgeois sont majoritairement de **sexe masculin (72,5%).**

*Sur la base de l'ensemble des publications mentionnant à minima les Crus Bourgeois (hors marques concurrentes)
**Basé sur les publications dans lesquelles le genre de l'auteur a pu être identifié (1 104 publications)

Extraits de posts (1/2)

Chefs d'entreprise / Entrepreneurs

« Instants » de dégustation

holger.haussma... S'abonner

23 J'aime 11 sem

holger.haussmann #lamb needs a red friend:) Châteaux Liversan 2013 #bordeaux #hautmedoc #crubourgeois #redwine a really fair value for money 6-7/10 < €10

brigitte.paula Yummy

allyHelen Lewis Suivre
allyPR

ourgeois looking forward to the wine tasting experience @Book_Fair with Keith Grainger

À l'origine en anglais

amylieberfarb S'abonner

122 J'aime 23 sem

amylieberfarb Yum. Last night... we Sipped French #Wine & Supported #Women Producers!! Crus Bourgeois U.S. #CBWomenInWine #wine #winelover #winetasting #france #frenchwine #thewinepoor #bourgeois #crusbourgeois #bordeaux #grandvindebordeaux

paris_shin

Ajouter un commentaire...

Consultants

Coupe des Crus Bourgeois, sélection officielle, décès de Frédéric de Luze

Juan Carlos Rincón Follow
@Rincondecata

More sad news from @BordeauxWines A truly gentleman of #wine young Baron Frédéric de Luze passed away @CrusBourgeois lost his captain RIP

LIKES 3

2:21 AM - 31 Aug 2016

3

Retweets des posts de Crus Bourgeois :

ıs Bourgeois Suivre
usBourgeois

Presentation de la Sélection Officielle 2014 des #crusbourgeois du Médoc ce matin à la presse #Paris au restaurant @lasserreparis #vin

amelias_wine Carlton House T... S'abonner

475 vues 17 sem

amelias_wine Black tongued and indecisive - moulis or Margaux?!! Fantastic Bordeaux Crus Bourgeois tasting. You really can enjoy Bordeaux on a budget #wine #Bordeaux #drinkup #gettinginvolved #winetasting #medoc #blacktongue

donnybleakley

guignard_thomas

Ajouter un commentaire...

Blogueurs

« Instants » de dégustation et valorisation du classement et de la sélection officielle

winewonkette Another Wine Bl... S'abonner

17 J'aime 32 sem

winewonkette This label is only available to the wines that qualify as a Cru Bourgeois. It provides a traceability and guarantee of the region. #CBWomeninWine @CruBourgeoisUS

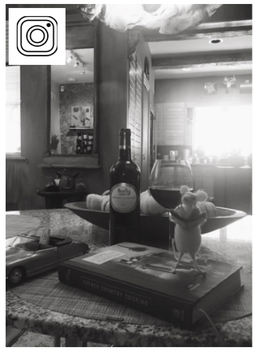
ourgeois US Suivre
rgeoisUS

2014 selection of #CrusBourgeois s been released! 278 chateaux have made the cut...#CruBourgeois2014

À l'origine en anglais

Ajouter un c

Retweets des posts de Crus Bourgeois US :



rowhomesandc... S'a

RETWEETS 5 J'AIME 10

15:39 - 23 sept. 2016

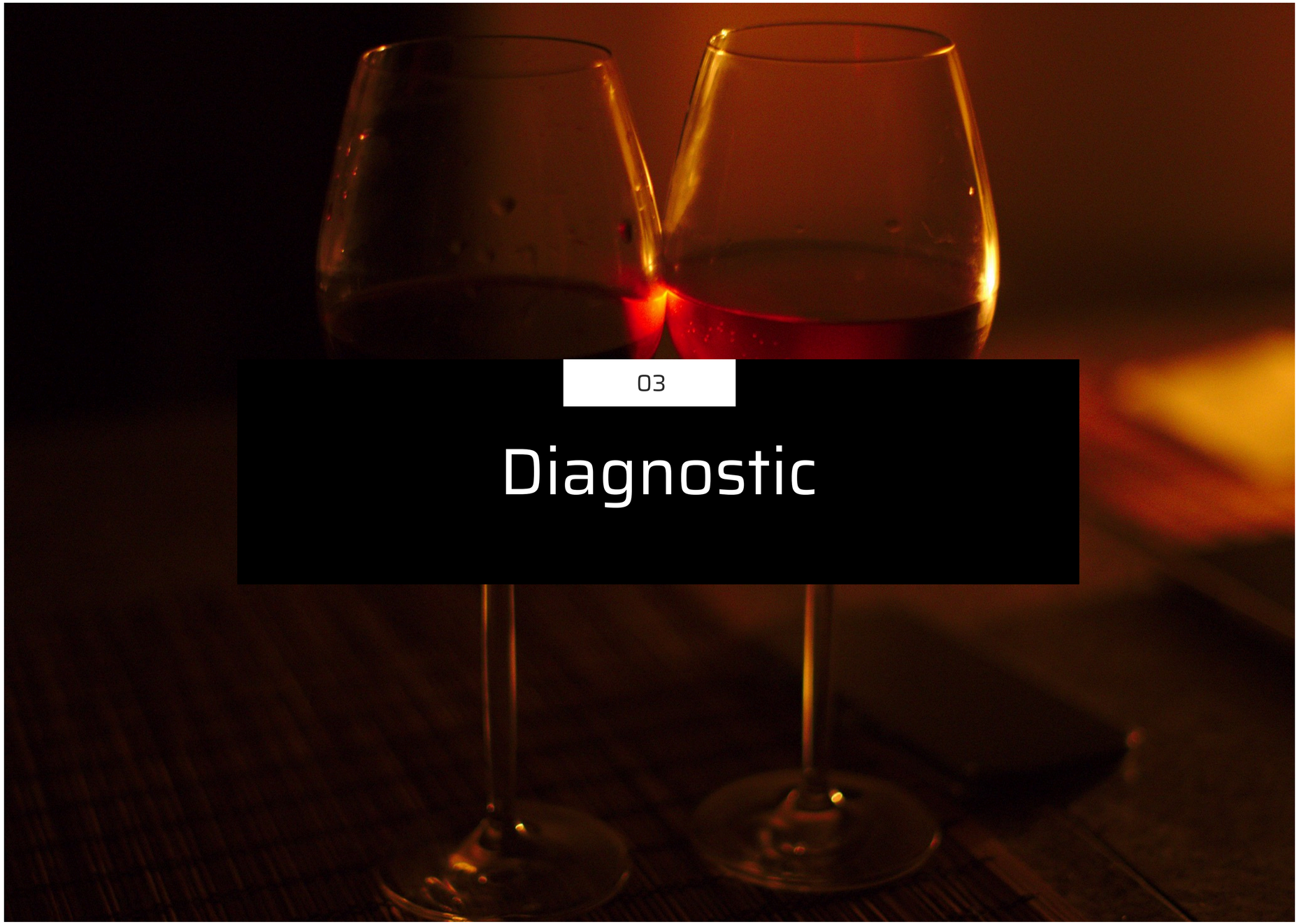
90 J'aime 12 sem

rowhomesandcobblestones On a very sunny late #Friday afternoon I #instashare my #wineoclock of a wonderful bottle of #French red #Bordeaux - Château Du Retout 2014 cru bourgeois. Full bodied, ripe, fresh and lively with Plum, cassis and raspberry. We will certainly add this wine as an recommended #wine.

Yesterday a long awaited pre-ordered #cookbook arrived. French Country Cooking by Mimi Thorisson. I have tried countless recipes from her first book A Kitchen in France and after I post this I will enjoy looking through and selecting recipes for a mid November dinner party we are hosting. You can find Mimi on IG @mimithor and her books are full of savory recipes with stunning photos of the French countryside. Oh and I just adore her dog.

I am fading quickly fighting this cold/flu with

Ajouter un commentaire...



03

Diagnostic

Principales forces de la marque Cru Bourgeois

Par exemple :

- Une **visibilité constante** sur les 12 derniers mois (pas de « silence » médiatique)
- Une bonne visibilité de la marque sur **Twitter**
- Un attrait des internautes pour **les Châteaux Crus Bourgeois et leur terroir**
- Un intérêt des internautes anglophones : **le UK présente un potentiel**
- Les Crus Bourgeois enregistrent **la plus forte proportion de publications positives**. Très peu, voire aucun sujet « à risque »
- Un **potentiel auprès des Châteaux** : certains se positionnent en influenceurs et peuvent être des porte-voix pour les Crus Bourgeois plus largement
- Une forte association de la marque à 3 thématiques : **oenotourisme, terroir et oenologie**
- Les **hashtags de localisation** (#bordeaux, #medoc, etc.) sont très souvent associés à la marque et utilisés par la communauté de passionnés de vin

Principales faiblesses de la marque Cru Bourgeois

Pour des raisons de confidentialité, ce modèle d'audit e-réputation ne peut pas développer le contenu « réel » des faiblesses identifiées pour la marque Cru Bourgeois.

De manière générale, cette partie s'attache à mettre en exergue les points d'optimisation possibles pour une marque concernant son e-réputation (exemples : répartition de sa visibilité par plateforme, volumétrie de publications, notoriété, thématiques associées, etc.).

Glossaire

Genre de l'auteur
Représente le genre de l'auteur qui a diffusé la publication. Valeurs possibles : féminin, masculin.

Impressions
Audience totale, nombre maximum d'internautes pouvant voir la publication à la date de publication.

Reach estimé
Nombre estimé d'internautes ayant été exposés à la publication au moment de sa publication. Reach estimé d'une publication = impressions de la publication X coefficient d'exposition de l'internaute.

Langues
Langue du contenu de la publication détectée automatiquement.

Plateforme
Correspond au type de source de chaque publication.

Tonalité
L'analyse de sentiment consiste à attribuer une tonalité à une publication. Cette tonalité représente la tonalité générale exprimée dans la publication. Les valeurs possibles sont : positive, négative, neutre, mitigée.

Top villes
Correspond à la ville où a été publiée la publication. La géolocalisation peut provenir de la source de la publication ou être attribuée automatiquement.

Top pays
Correspond au pays où a été publiée la publication. La géolocalisation peut provenir de la source de la publication ou être attribuée automatiquement.

Audit réalisé par :

LAURIE TESSIER

Social & Marketing manager - DIGITALL Conseil

Depuis près de 8 ans, Laurie TESSIER accompagne les entreprises - PME, grands comptes - dans le décryptage et la gestion de leur e-réputation.

Fortement intéressée par les problématiques de gestion de l'image et d'identité des marques, Laurie TESSIER a développé pour le compte de DIGITALL Conseil une forte expertise dans la réalisation d'audits e-réputation, la définition de stratégies social media, et l'élaboration de plan de community management.

DISCUTONS-EN !

DIGITALL

CONSEIL

laurie.tessier@digitall-conseil.fr
M. +33 (0)7 88 87 78 46
F. +33 (0)5 47 50 05 94

www.digitall-conseil.fr
DARWIN ECO-SYSTEME
87 quai de Queyries - 33 100 Bordeaux