



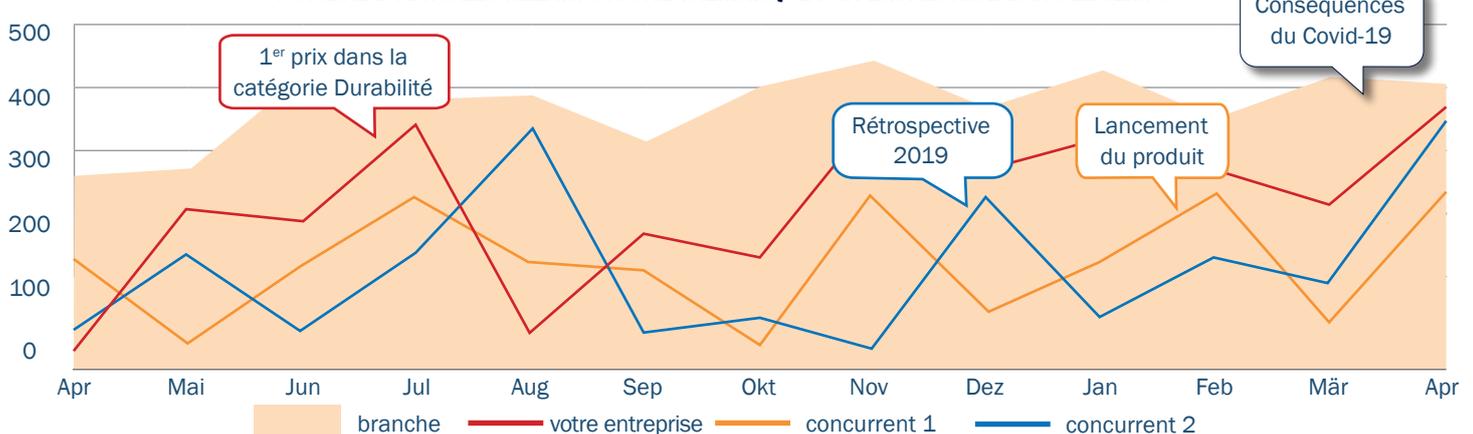
ANALYSE MÉDIA – comprendre la présence médiatique

Dans le domaine des relations publiques, les analyses média sont un instrument essentiel en matière de contrôle de la communication. Elles montrent l'évolution de la présence d'une marque dans les médias par rapport à la période précédente. Découvrez par le biais de quelles thématiques votre marque a fait parler d'elle et comparez-vous à la concurrence. L'évaluation qualitative comprend également une analyse de la tonalité, qui renseigne sur les valeurs de l'entreprise en termes d'image. Le rapport est constitué de trois modules qui peuvent également être commandés séparément.

RAPPORT SHARE OF VOICE

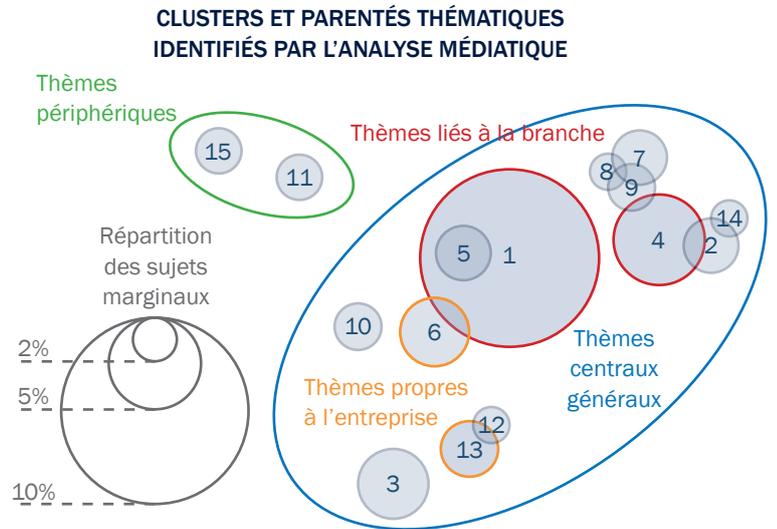
Le rapport de branche sur la part de voix donne un aperçu quantitatif de la perception médiatique de vos principaux concurrents ainsi que de la place qu'occupe votre entreprise dans la couverture médiatique globale. À partir de ce rapport, vous pouvez situer votre propre présence médiatique dans le contexte de votre branche et identifier ainsi de potentiels champs d'action afin de vous perfectionner. Au cœur de l'évaluation : la place en termes quantitatifs occupée par les différentes entreprises dans la couverture médiatique globale (au moyen de données structurelles), et la tonalité générale des articles par rapport aux différentes entreprises. À l'aide des principaux mots-clés et d'une analyse de données approfondie, certaines thématiques majeures peuvent également être évaluées pour chacune des entreprises.

NOMBRE D'ARTICLES RELATIFS À UNE THÉMATIQUE PAR ENTREPRISE DANS LE TEMPS



ÉVALUATION THÉMATIQUE

L'évaluation thématique met en évidence les sujets qui ont été les plus marquants et qui se sont potentiellement déroulés en dehors du spectre médiatique central. Elle identifie les liens entre les thématiques et la manière dont les acteurs de votre branche se sont positionnés dans chacune d'elles. L'évaluation indique également les éventuelles lacunes thématiques existantes, que vous pourriez exploiter avec votre marque. Enfin, elle détermine le cas échéant les champs d'action dont vous disposez pour guider votre présence médiatique dans la direction souhaitée.



PRÉSENCE DANS LES MÉDIAS SOCIAUX

RÉSEAUX IDENTIFIÉS PAR L'ANALYSE DES MÉDIAS SOCIAUX



En temps de crise plus que jamais, il est essentiel de comprendre dans quel contexte et en lien avec quels thèmes votre entreprise est citée dans les médias sociaux. Cette analyse renseigne sur la présence « earned » dans les médias sociaux et peut sur demande s'accompagner d'une comparaison de la concurrence. Elle permet par ailleurs d'identifier les auteurs les plus influents (influenceurs) et les principaux amplificateurs (c'est-à-dire les comptes qui contribuent à la diffusion du contenu par le biais de likes, de partages, etc.) en lien avec votre marque. Cette analyse vous aide à comprendre où et pourquoi votre marque a attiré l'attention sur les réseaux sociaux en dehors de ses canaux de médias sociaux individuels, et dans quelle mesure l'intérêt suscité s'est révélé positif ou négatif.

CE SERVICE VOUS INTÉRESSE ?

N'hésitez pas à nous contacter. Nous vous ferons parvenir une offre personnalisée sans engagement. Nous sommes à votre disposition pour toute question ou renseignement complémentaire. Vous pouvez nous joindre par téléphone (+41 44 388 82 10) ou par e-mail (mail@argusdatainsights.ch).