



BUZZ Monitor



PLATEFORME ET SERVICES DE VEILLE
ERÉPUTATION & VEILLE STRATÉGIQUE.

Multimarkques, international

**AJOUTEZ UNE PIÈCE MAITRESSE
À VOTRE SYSTÈME D'INFORMATION.**

Sommaire

Pourquoi le buzz sur internet est-il devenu si important ?	2
Les Sources d'informations de Buzz Monitor.	4
Surveillance de catalogues produits.	5
FilterLive™, une technologie brevetée SINDUP® pour apprendre les enjeux de votre secteur.	5
La protection de votre capital marque.	6
Partager, collaborer, qualifier, diffuser.	6
Alertes email.....	6
Analyses et synthèses qualitatives régulières pour un éclairage pointu des enjeux de votre arène concurrentielle.....	7
Tableau de bord de votre « part de buzz » comparée à celle de vos concurrents.	8

Pourquoi le buzz sur internet autour des marques, organisations et personnalités est-il devenu si important ?

Les consommateurs ne sont plus ce qu'ils étaient.

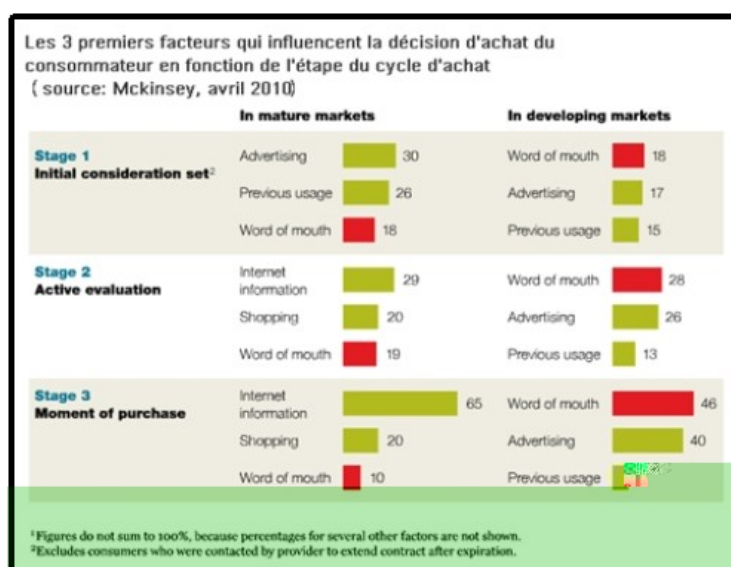
On le sait depuis longtemps, c'est encore plus vrai avec les réseaux sociaux: la réputation des marques est le premier facteur d'influence des décisions d'achat. La révolution digitale et le développement des réseaux sociaux amplifient encore le phénomène du bouche à oreille qui passe d'un mode de communication privée "one to one" à un mode de communication publique "one to many".

Dès lors, plusieurs défis se posent aux marques qui doivent jongler entre deux modèles de communication parfois antinomiques: le modèle traditionnel de type émetteur-récepteur; un modèle émergent mais devenu incontournable de la communication dite participative et interactive qui influence l'é réputation des marques.

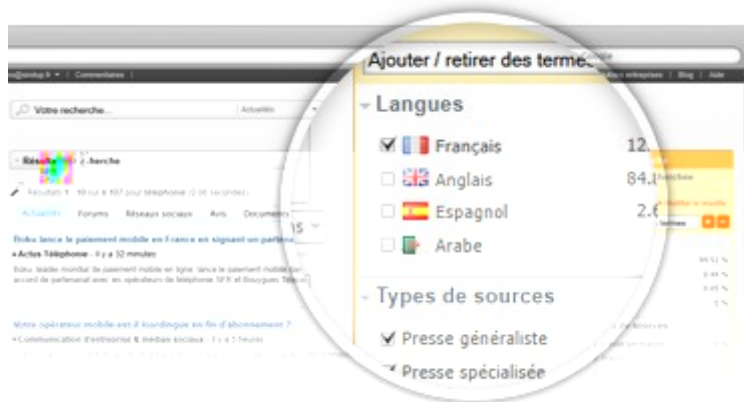
Le bouche à oreille* influence entre 20 et 50 % des décisions d'achat selon les catégories de produits et services (source: Mckinsey, 2010).

Le bouche à oreille est le premier facteur d'influence des décisions d'achat, entre 20 et 50 % des décisions d'achat selon les catégories de produits et services (source: Mckinsey, 2010)

L'influence du bouche à oreille est plus ou moins importante selon le moment du cycle d'achat, le type de marché, selon qu'il s'agit d'un premier achat ou de produits chers, etc.



Les Sources d'informations de Buzz Monitor.



...ance en quasi temps
... nouveaux noms
...aine proches
...ques à votre
...
... pour les ccTLD (noms de a
...ationa

Nous surveillons plus de 200 000 sources d'information et couvrons les différents supports Internet : actualités, blogs, communiqués de presse, réseaux sociaux, forums, avis consommateurs, catalogues produits, sites institutionnels...

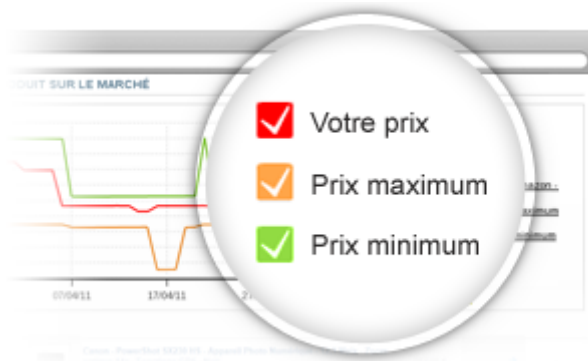
Connecteurs : tout collaborateur peut devenir source d'informations (email, twitter, mobile...)

- ✓ Aucune installation technique
- ✓ Classification par type de sources
- ✓ Principaux indicateurs clés disponibles
- ✓ Personnalisation du corpus à surveiller

Surveillance de catalogues produits.

Vous pouvez gagner en compétitivité en détectant les changements dans les catalogues de vos concurrents.

- ✓ Comparer les tarifs.
 - ✓ Adapter son positionnement.
 - ✓ Gagner du temps par l'automatisation.
 - ✓ Gestion des alertes et notifications.
 - ✓ Historique et courbes d'évolution des prix.
-



FilterLive™, une technologie brevetée SINDUP® pour apprendre les enjeux de votre secteur, gagner du temps et sélectionner l'information pertinente.

Cette technologie apprend à reconnaître les informations qualifiées selon les centres d'intérêts de votre marque, organisation ou de vos différents collaborateurs.

Elle fait ainsi gagner du temps en alimentant automatiquement les dossiers de veille en informations pertinentes.

Les filtres définis à base d'expressions clés et d'opérateurs automatisent la collecte d'informations pertinentes tout en éliminant efficacement le bruit.

La protection de votre capital marque.

Phishing, cybersquatting, détournement de la notoriété d'une marque sont l'autre face du réseau internet. Si ces pratiques délictueuses sont parfois difficiles à contrecarrer, le prérequis est une veille proactive et l'analyse systématique des traces numériques laissées par leurs auteurs.

Outre l'accès aux principales sources d'information concernant les créations de noms de domaines, nous disposons d'un réseau de correspondants en Europe de l'ouest et de l'est, en Chine, aux USA, au Proche-Orient qui connaissent bien les particularités du web local.

Nous pouvons mettre en place pour votre marque un programme personnalisé de détection et d'analyse des événements qui portent atteinte à l'intégrité de votre capital marque.

Partager, collaborer, qualifier, diffuser.

Partage et diffusion.

- ✓ Partager des dossiers avec gestion de droits.
- ✓ Gérer des alertes et des groupes de diffusion.
- ✓ Commenter ou annoter les informations.

Qualification de l'information.

Pour chaque information remontée, différentes actions sont proposées :

- ✓ Tonalité
- ✓ Intérêt
- ✓ Commenter
- ✓ Sélectionner
- ✓ Supprimer
- ✓ Marquer comme lu
- ✓ Diffuser vers
- ✓ Envoyer
- ✓ Classer
- ✓ Répondre

Alertes email

Choix de la fréquence de chaque alerte (temps réel, une fois par jour ou par semaine) et de ses destinataires.

Analyses et synthèses qualitatives régulières (semaine, mois, ... selon les marques) pour un éclairage pointu des enjeux de votre arène concurrentielle.

Aucun algorithme d'analyse d'information, aussi sophistiqué soit-il, ne saurait remplacer l'œil de l'expert qui va tirer de cette masse d'informations hétérogènes l'essentiel des enjeux actuels de votre arène concurrentielle. Nos analyses, réalisées par des business consultants expérimentés, abordent différents angles définis avec vous selon vos préoccupations :

- ✓ Le buzz consommateurs de votre marque ou organisation et de vos principaux concurrents,
- ✓ Les projets de développement de vos concurrents, par exemple les projets d'investissement
- ✓ Les innovations de services, produits, technologies de vos concurrents
- ✓ Les changements stratégiques, nouvelles orientations marketing, émergents ou confirmés
- ✓ Les marchés émergents et les tendances de consommation dans votre secteur d'activité
- ✓ Les initiatives juridiques ou politiques susceptibles d'influencer votre marché
- ✓ La vie associative et syndicale
- ✓ Les événements locaux
- ✓ Etc.



Tableau de bord de votre « part de buzz » comparée à celle de vos concurrents.

- ✓ Quelles sont les thèmes dominants de votre marque et de vos concurrents
 - ✓ Quelle est la tonalité générale de votre buzz et de vos concurrents ?
 - ✓ Quelles sont les sources d'information les plus actives, comment sont-elles réparties ?
 - ✓ Quels sont les influenceurs les plus importants ?
 - ✓ Quel est le taux de reprise d'un communiqué de presse, d'une information vous concernant ?
 - ✓ Pour une veille internationale, quels sont les pays les plus actifs ?
 - ✓ Eventuellement, quelles sont les sources d'information hostiles ou mal intentionnées ?
-





Pour une présentation, veuillez nous contacter au 0970 449 108 ou par email: postmaster@digitalbrand.fr