



Analyses à la carte



Vous avez un besoin précis, une problématique à régler, et vous recherchez des informations fiables et pertinentes, analysées par des experts médias ? Découvrez notre gamme d'**analyses à la carte** ! Pour vous aiguiller dans votre choix, vous trouverez ci-dessous les exemples d'études les plus populaires auprès de nos clients. Si toutefois les options proposées ci-dessous ne répondent pas complètement à vos attentes, nous serons ravis d'échanger autour de vos problématiques, afin de créer ensemble une solution personnalisée à 100 %.

Recommandation : La solution idéale doit selon nous combiner analyse qualitative et quantitative.

Options de personnalisation : Toutes nos études peuvent être réalisées sur une entité unique, mais également sur un ensemble de concurrents et/ou d'entités comparables.



Analyse de visibilité

L'analyse de visibilité consiste à mesurer quantitativement l'attention dont une entité fait l'objet dans les médias au sens large. Elle est généralement mesurée par le **nombre d'articles et de citations, l'audience et la part de voix** de cette entité. *Une analyse de visibilité avancée inclut généralement des indicateurs plus poussés, tels que la répartition par région/pays, par langue, par publications clés, par type de média, ainsi qu'une analyse des principaux sujets et messages-clés véhiculés par les médias.*



Analyse de tendance

L'analyse de tendance consiste à mesurer **l'évolution du volume de retombées médiatiques** dont une entité fait l'objet **au cours d'une période de temps déterminée**. Nos experts analysent ici les principales variations, pour tenter d'identifier notamment les causes des principaux pics de visibilité médiatique. *Une analyse de tendance avancée inclut généralement des indicateurs plus poussés, tels que la tendance par région/pays, par langue, par publications clés, par type de média, ainsi qu'une analyse des tendances des principaux sujets et messages-clés véhiculés par les médias.*



Analyse de tonalité

L'analyse de tonalité consiste à **mesurer quantitativement la manière – favorable ou défavorable – dont votre entité est dépeinte dans les médias**. Elle est réalisée par des analystes, à même de saisir le contexte, la tonalité générale (positive, négative ou neutre) ou plus spécifiquement le point de vue des journalistes ou des internautes concernant votre entité.

Mot-clé : entité

Nous utilisons fréquemment le terme « entité » pour désigner le sujet de votre étude. Une entité peut ici être entendue comme une marque, une entreprise, une organisation, un produit, un service, une campagne, voire une idée ou un concept (exemple : « l'industrie automobile », le « cloud computing » ou encore les « voitures autonomes »). En clair, l'entité est ce que vous souhaitez mesurer et analyser. Vous souhaitez comparer des entités ? Toutes nos études peuvent être réalisées simultanément pour un ensemble d'entités (concurrents, produits, personnalités, etc.).

LexisNexis propose une analyse de **tonalité – positive, neutre et négative** – sur une échelle de 3 ou 5 points. Si nécessaire, nous réalisons également des analyses plus granulaires, sur une échelle de 7 ou 9 points. Cette approche permet le cas échéant de calculer un score de tonalité, à l'aide d'un système de notation numérique associé à chaque variable de tonalité.

ECHELLE STANDARD EN 3 POINTS



ECHELLE STANDARD EN 5 POINTS



Analyse des influenceurs-clés

L'analyse des influenceurs-clés permet **d'identifier et analyser les personnes** (journalistes, bloggeurs, internautes) **et les médias** (traditionnels et réseaux sociaux) **ayant le plus souvent cité votre entité** ou relayé le plus activement vos messages.

L'analyse avancée des influenceurs-clés permet de réaliser une cartographie complète à l'aide de cinq critères :

- **Pertinence** : prise de parole sur le sujet
- **Crédibilité** : légitimité et niveau d'expertise sur le sujet
- **Régularité** : ont-ils une activité réelle et régulière ?
- **Engagement** : leur réseau s'intéresse-t-il au contenu publié ?
- **Réseau** : leur réseau intègre-t-il d'autres personnes influentes ?

Analyse des messages-clés

L'analyse des messages-clés permet de **mesurer quantitativement et qualitativement la manière dont vos messages-clés sont repris et relayés par les médias** (traditionnels, web et réseaux sociaux). Elle est réalisée par des experts à même de mesurer finement la reprise de ces messages, que celle-ci soit explicite et factuelle, ou au contraire positive ou négative (tonalité associée).

Analyse de la couverture géographique

Complémentaire à l'*Analyse de visibilité et/ou l'Analyse de tendances*, l'analyse de la couverture géographique permet de **mesurer la répartition de la couverture médiatique par région**. Par défaut, les régions sont ventilées par pays. Sur le même principe, nos experts peuvent réaliser une analyse de la couverture par langue.

Profil média : top publications

L'analyse des top publications permet d'**identifier et classer les médias** offrant la plus grande couverture à votre entité. Elle est réalisée en calculant le nombre de mentions de l'entité et/ou la portée (audience) dans les médias.

Profil média : top journalistes / bloggeurs

L'analyse des top journalistes / bloggeurs permet d'**identifier et classer les journalistes** offrant la plus grande couverture à votre entité. Elle est réalisée en calculant le nombre de mentions de l'entité et/ou la portée (audience) dans les médias correspondants.

Vous êtes prêts ? Si vous hésitez sur quelle option choisir, nos experts sauront répondre à vos interrogations et créer l'analyse sur-mesure correspondant à vos besoins. Contactez-nous dès aujourd'hui pour en savoir plus sur nos offres Media Intelligence Research & Analytics !

 bis.lexisnexis.fr

 +33 (0)1 71 72 48 51

 @BISlexisnexis

* Prix pour les abonnés LexisNexis Newsdesk®. Les abonnés ne sont pas assujettis à des frais de licence supplémentaires.

** LexisNexis peut analyser manuellement les retombées dans plus de 40 langues. L'anglais, le français, le néerlandais, l'espagnol et l'allemand sont les langues sélectionnées disponibles pour l'analyse manuelle des rapports Silver et Gold. Les projets impliquant d'autres langues nécessitent des prix personnalisés.

LexisNexis et le logo Knowledge Burst sont des marques déposées de RELX Group Properties Inc., utilisées sous licence. D'autres produits et services mentionnés peuvent être des marques ou des marques déposées de leurs détenteurs respectifs. © 2017 LexisNexis. Tous droits réservés.