

# IBM SolutionsConnect 2013

## SAN07

# IBM Social Media Analytics:

Vos clients partagent leurs connaissances...  
Déployez une stratégie gagnante!

Eric Martin

Social Media Analytics Leader – Europe

IBM SWG, Business Analytics  @Eric\_SMA



#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

## Le consomm'acteur d'aujourd'hui met les entreprises à l'épreuve



**44%**

des compagnies mettent en oeuvre des approches de crowd sourcing associant leurs clients

**4 / 10**

utilisateurs de Smart- phones font des recherches sur des articles sur leur téléphone

**500 millions**

de tweets quotidiens

Et

**1 Milliard**

d'utilisateurs réguliers de Facebook

**86%**

des consommateurs utilisent plusieurs canaux

**75%**

des gens pensent que les sociétés ne disent pas la vérité dans les publicités

**78%**

des clients font confiance aux recommandations de leurs pairs

**61%**

des clients sont prêts à donner accès à des informations personnelles en échange d'un apport de valeur (non monétaire) de la part des marques



#solconnect13

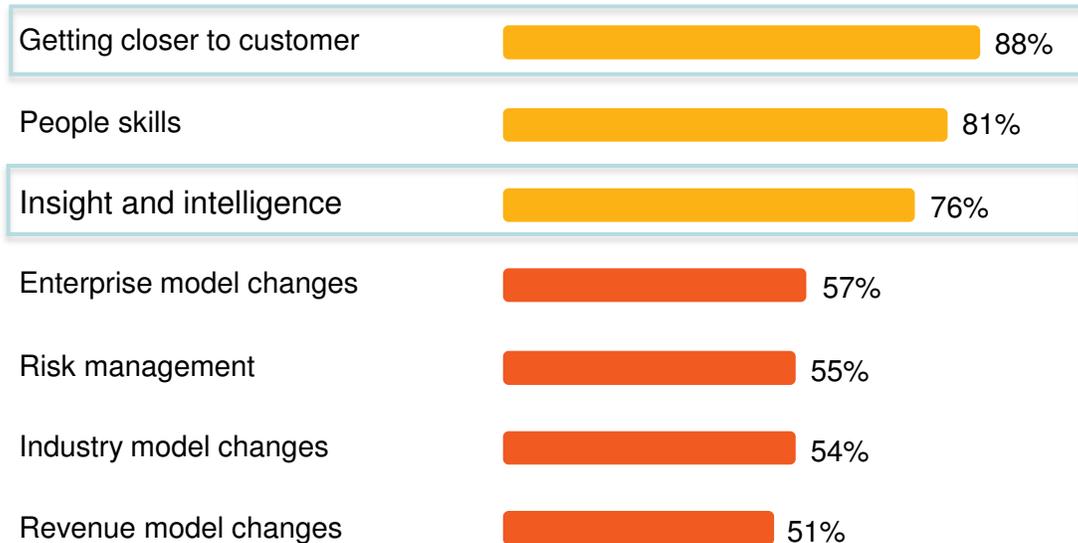


# IBM SolutionsConnect 2013

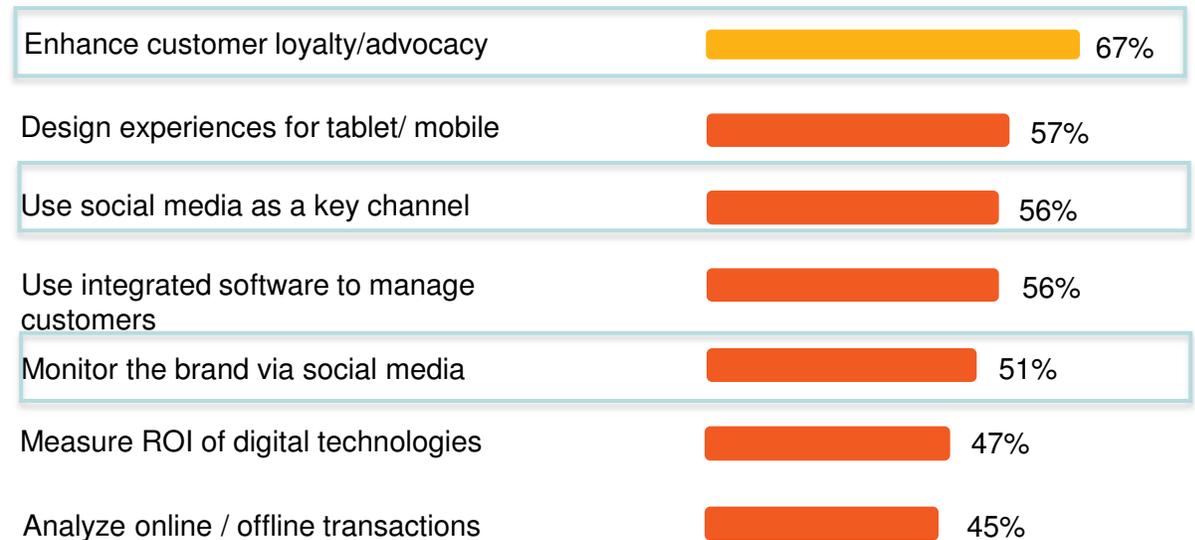
## Priorité au client et focus sur les media sociaux

IBM C-Suite studies

### CEO Focus Over Next 5 Years



### CMO 5 Year Focus Toward Digital



Sources: IBM's 2011 Global CMO Study: From Stretched to Strengthened (2011) & IBM's 2010 Global CEO Study – Capitalizing on Complexity



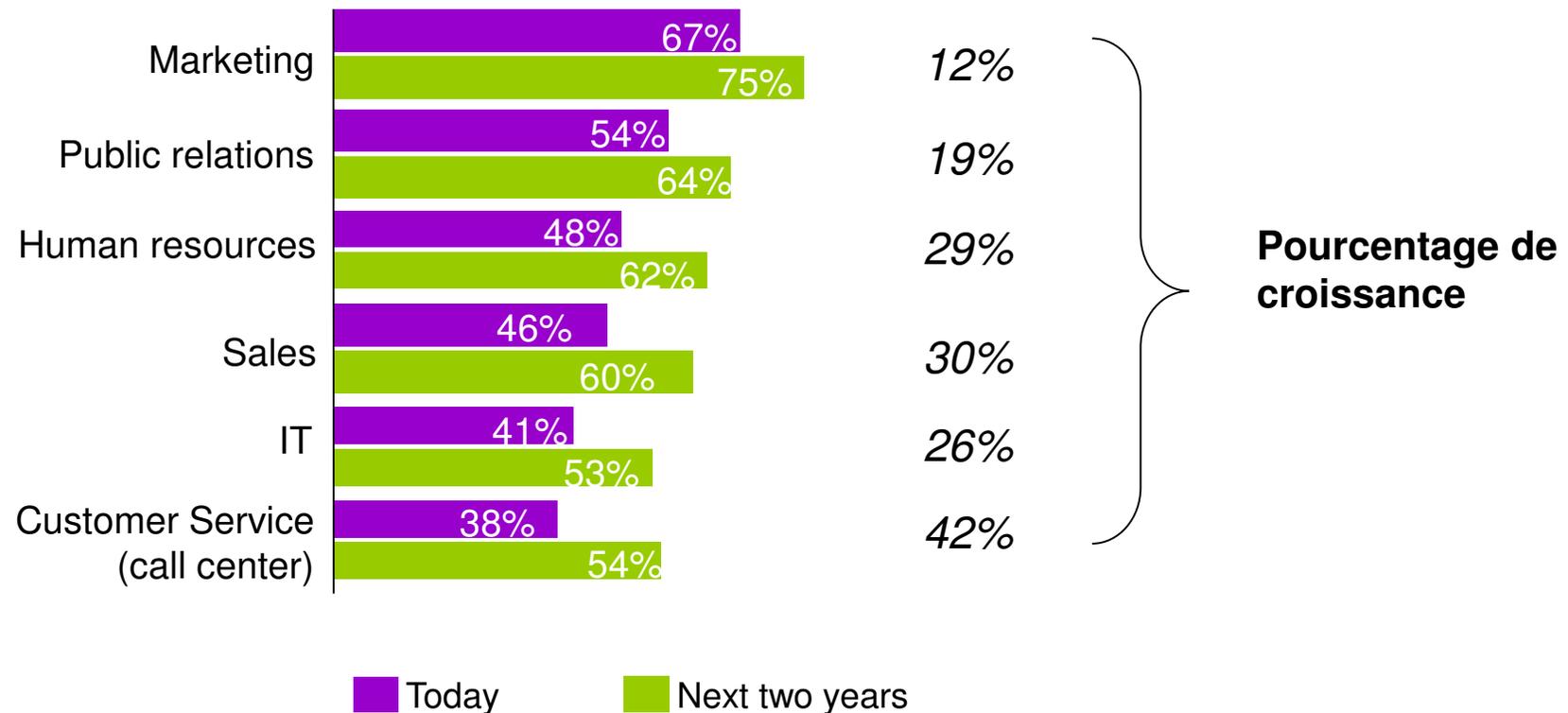
#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

Après le Marketing, le social diffuse dans de multiples départements des entreprises

## Principales fonctions affectées



#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

Le Social Media Analytics au service de tous les départements de l'entreprise pour des actions optimisées

## Capter & Analyser

*Analyse de commentaires à l'échelle du Big Data  
Comprendre et agir sur l'empreinte sociale des produits, services,  
campagnes, marchés...  
Partie intégrante de la suite de Business Analytics*

## Mesurer, Découvrir & Agir

*Une solution analytique unique sur le marché pour baser ses  
décisions business sur des indicateurs fiables.  
Résultats directement exploitables à partir de dashboards  
personnalisables*

## Segmenter & Prédire

*Analyse précise de l'empreinte sociale en fonction des  
différents segments d'auteurs  
Alimentation des solutions prédictives pour une meilleure  
anticipation des tendances du marché et une prise de  
décision optimisée.*



#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

## Principaux cas d'usage

### Positionnement de la Marque

- Perception de la marque sur ses attributs de positionnement naturels ou souhaités
- Analyse et veille concurrentielle
- Contrefaçon

### E-Réputation

- Analyse de l'image de l'entreprise perçue sur le web (forums, blogs, news, Facebook, Twitter)
- Identification des rumeurs et de la désinformation

### Introduction Nouveau Produit

- Analyse du buzz spécifique au lancement
- Impact sur les attributs généralement perçus, analyse des sentiments générés par le lancement

### Usages produits Nouvelles tendances

- Identification de nouveaux usages des produits et opportunités de marché associées
- Analyse des nouvelles tendances de consommation

### Gestion de Crise

- Impact des actions de communication de crise
- Analyse des nouveaux commentaires : sentiments, influenceurs, volumes, sources, thèmes

### Impact des Campagnes

- Analyse de l'impact de la campagne sur le buzz habituel, analyse des sentiments, des commentaires
- Impact sur les attributs de la marque



# IBM SolutionsConnect 2013

## Roland Garros: analyse des joueurs en lice, de l'organisation du tournoi et des actions de sponsoring

Analyse du buzz lié aux joueurs:

- Forme, technicité, look...
- Encouragements, faiblesses...

Analyse des commentaires sur l'organisation du tournoi:

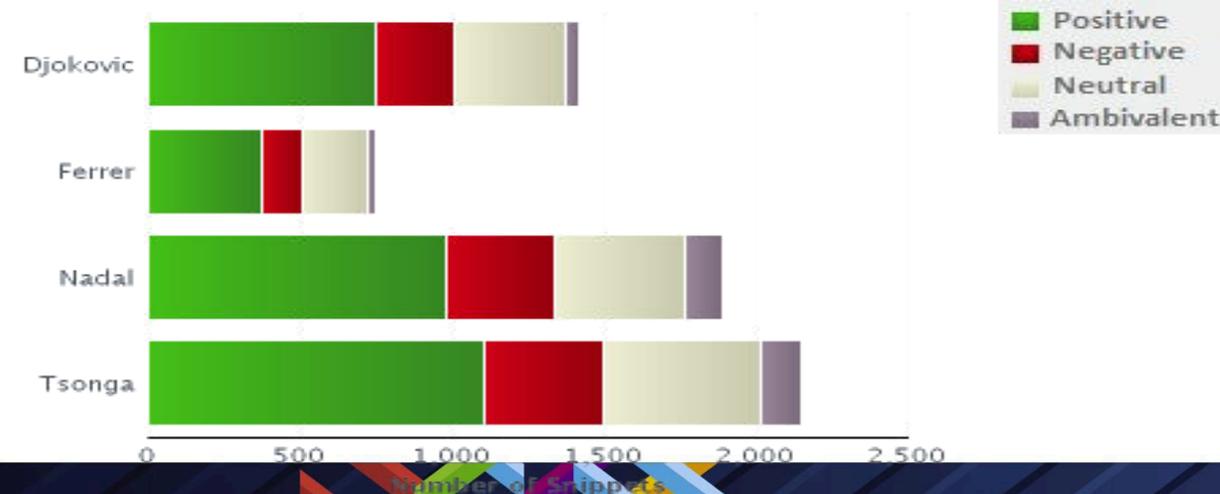
- Amélioration de l'accueil et de la qualité de service
- Détection des problèmes et des nouveaux besoins

Analyse de l'image des sponsors:

- Mesure de l'impact des actions de sponsoring
- Mesure de l'affinité de la marque avec l'évènement



PARTENAIRE OFFICIEL



#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

## Amélioration de la relation avec les citoyens à Toulouse

### Le besoin

La ville de Toulouse n'arrivait pas à mesurer en temps réel le niveau de satisfaction du Grand Toulouse vis-à-vis des travaux en cours. Volonté d'écouter les Toulousains pour agir plus vite et de manière plus ciblée.

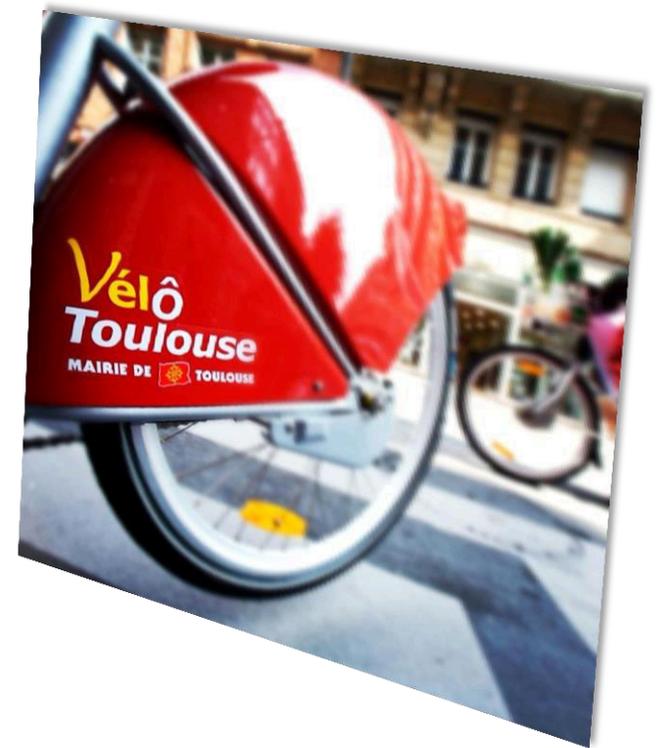
### La solution

Notre partenaire Apicube a implémenté IBM SMA et défini le modèle analytique correspondant aux besoins de la ville de Toulouse pour analyser plus de 1.6M de posts sur les media sociaux.

- Analyse des thèmes liés à la propreté, aux travaux, aux sports et à la culture, à la sécurité...
- Mise en place de mesure du sentiment et de l'affinité des citoyens par rapport aux différentes thématiques.
- Détection des nouvelles tendances

### Les résultats

- Vision objective et meilleure compréhension des motifs d'insatisfaction des Toulousains
- Amélioration et ciblage des campagnes de communication
- Diminution du délai d'intervention sur les problèmes de voirie et de propreté
- Identification et communication auprès des influenceurs locaux



#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

## BBVA: IBM Social Media Analytics pour gérer son e-réputation et le risque associé

### Le besoin

BBVA, banque leader sur le marché hispanique, veut intégrer à sa démarche de Risk Management des KPIs provenant des médias sociaux par marchés et de manière globale.

### La solution

BBVA a implémenté IBM Social Media Analytics pour analyser et mesurer sa réputation et analyser les sentiments de ses clients, qu'il s'agisse de l'expression de ses près de 50 millions de clients sur les médias sociaux (facebook, twitter, forum blogs etc..) ou l'avis des experts du milieu financier sur des sites plus spécialisés concernant BBVA et ses concurrents.

### Les résultats

Les solutions de Social Media Analytics permettent à BBVA:

- de mieux comprendre les besoins exprimés par ses clients,
- d'adapter son offre,
- de mesurer le succès de ses efforts de communication auprès de ses différentes cibles,
- réagir très rapidement au risque d'image grâce à une analyse précise de la perception de la marque et des ses causes.

# BBVA

*“What is great about this solution is that it helps us to focus our actions on the most important topics of online discussions and immediately plan the correct and most suitable reaction.”*

— Online Communication Department, BBVA

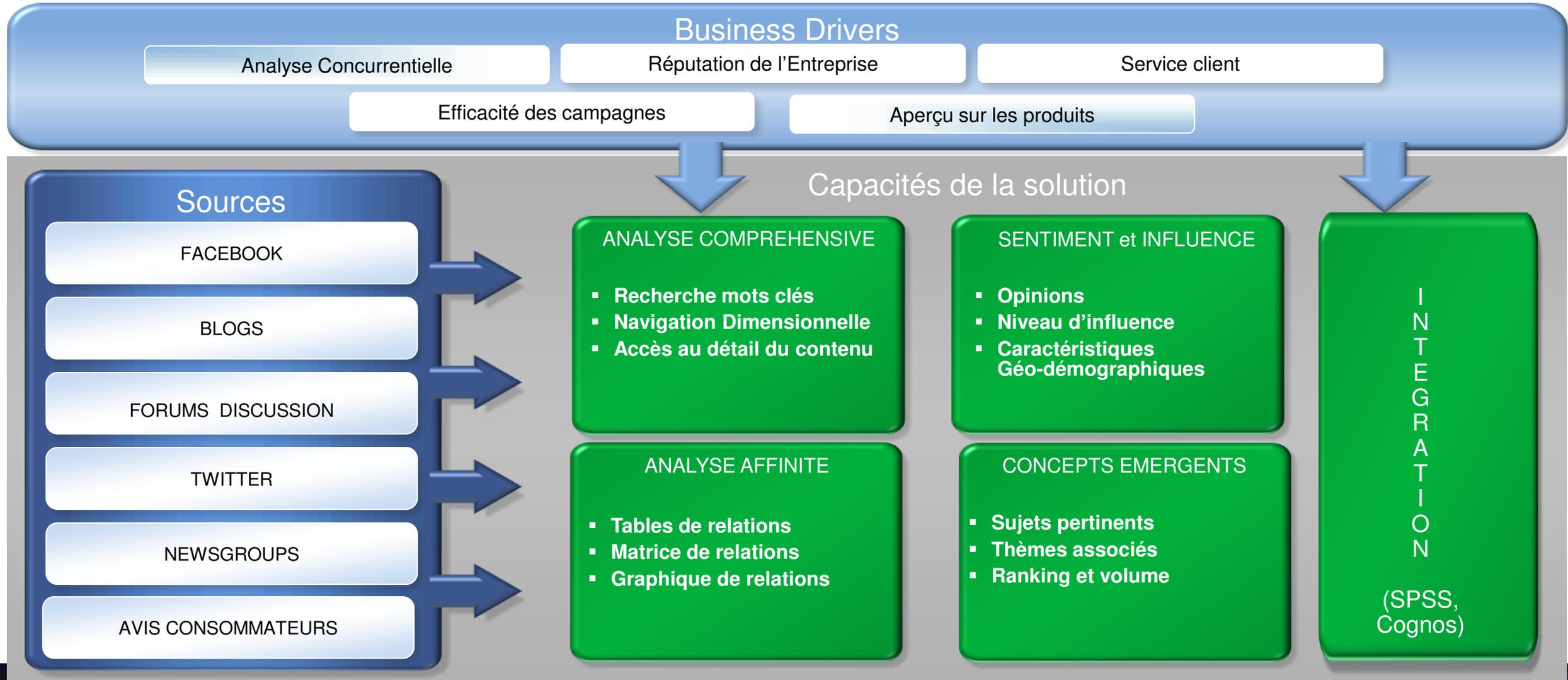


#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

## IBM Social Media Analytics



#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

## IBM Social Media Analytics: au-delà d'un simple "monitoring", un véritable outil analytique

### Social Media: Impact

Comment se positionnent nos produits/services ou campagnes marketing? Les investissements dans le digital sont-ils justifiés?

- Part de Buzz
- Visibilité, Sources
- Sentiments
- Chronologie

Mesures

### Social Media: Segmentation

Touchons-nous les bonnes cibles? Avec le bon message?

- Données géo-démographiques
- Influenceurs, Avocats, Détracteurs
- Utilisateurs, Prospects

Segments

### Découverte, e-discovery

Quelles sont les nouvelles idées?  
Qu'ignorons-nous?

- Thèmes émergents
- Nouveaux usages
- Sentiments

Découvertes

### Relations et Patterns

Quels sont les facteurs différenciants? Ceux expliquant la e-réputation?

- Affinité
- Associations
- Causes

Relations



#solconnect13



**IBM SolutionsConnect 2013**

**DEMO**

**IBM Social Media Analytics**



#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

## Une solution performante et intégrée de Social Media Analytics

- Déploiement : On premise ou SaaS
- Technologie exclusive d'IBM Research pour les données démographiques, géographiques et attitudinales
- Basé sur Big Data
- Éléments SPSS pour l'analyse du sentiment et de la segmentation
- Analyses sur plus de 40 langues dont 6 pour les sentiments (Français, Anglais, Allemand, Espagnol, Néerlandais et Chinois)
- Analyse des influenceurs
- Dashboards préconstruits, éditables et configurables
- Systèmes d'alertes ciblées



#solconnect13



# IBM SolutionsConnect 2013

## Pour plus d'informations sur IBM Social Media Analytics....

- Information produit:

<http://www-03.ibm.com/software/products/fr/fr/social-media-analytics>

- **Contact:** Appelez-nous au (coût d'un appel local) +33 (0)158 75 59 80

- Série de tutoriaux sur notre chaîne Youtube:

- <http://www.youtube.com/user/IbmBaEducation/videos?view=0>

IBM BA Education

✓ Abonné 184

🏠 Vidéos Discussion À propos de 🔍

Vidéos ajoutées ▼

Date d'ajout (de la plus récente à la plus ancienne) ▼



**IBM Social Media Analytics: Share Social Media Analytics results**

115 vues | il y a 1 semaine

**IBM Social Media Analytics: Create custom dashboards**

37 vues | il y a 1 semaine

**IBM Social Media Analytics: Create alerts**

23 vues | il y a 1 semaine

**IBM Social Media Analytics: Slice and dice share of voice results**

11 vues | il y a 1 semaine

# IBM SolutionsConnect 2013

## Autres interventions SPSS à SolutionsConnect:

- **Les logiciel IBM SPSS pour un Marketing plus intelligent (SAN 08)**

–Vendredi 30/8 09H45 – Salle Louvre

- **La maintenance prédictive au service de l'industrie avec SPSS (SAN 09)**

–vendredi 30/08 10H45 – Salle Concorde

- **Présentation de la stratégie et des nouveautés Business Analytics (SAN 10P2)**

–Vendredi 30/08 11H45 - Amphithéâtre René Descartes



# IBM SolutionsConnect 2013

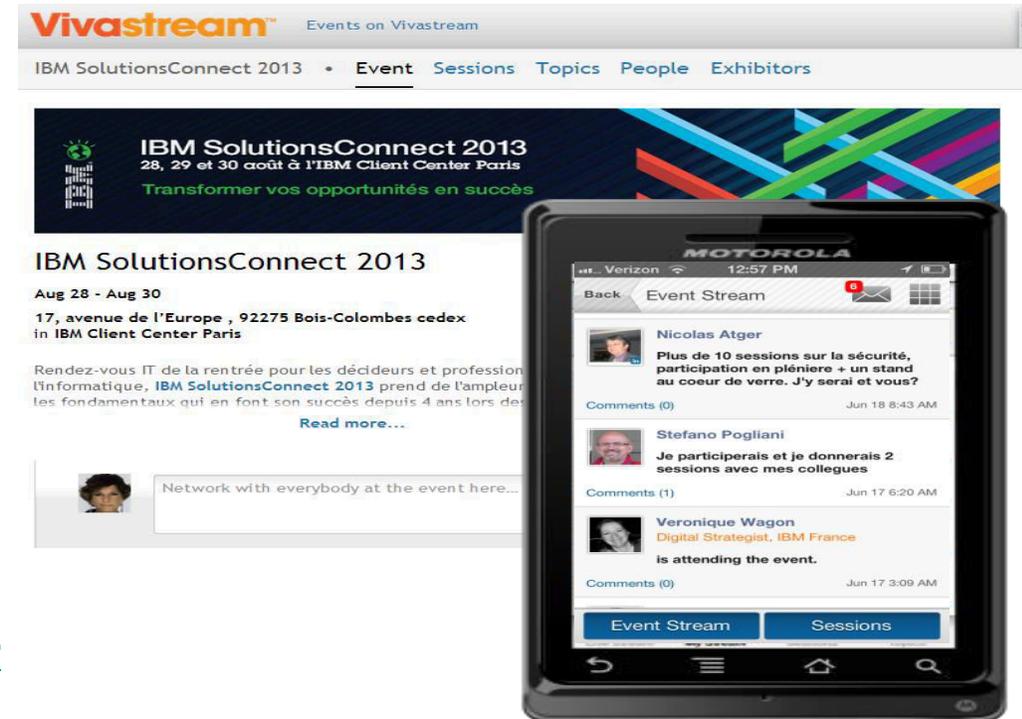
## La plate-forme d'échange

- Développez votre réseau
- Découvrez les experts sur les sujets qui vous intéressent
- Echangez avec les speakers et les experts
- Regardez qui participent aux sessions pour lesquelles vous êtes inscrits
- Évaluez les sessions auxquelles vous êtes participez

Inscrivez-vous sur le web ou avec votre smartphone

<http://www.vivastream.com/events/ibmimt-solutionsconnect-frfr>

# Vivastream™



#solconnect13

