

Les tableaux de bord sur LuQi

L'onglet "Tableaux de bord" contient un tableau d'analyse préconfiguré qui exploite les données présentes dans vos retombées médias sur une période donnée (issues du module "Veille").

Le tableau de bord est visible uniquement pour les utilisateurs de type "décideur".

Il est commun à tous les décideurs au sein de votre plateforme LuQi.

Le tableau de bord standard de LuQi se divise en 2 onglets :

- Présence médiatique
- Image médiatique

Chaque onglet contient un ensemble de graphiques vous permettant d'obtenir des données chiffrées complètes sur votre veille en termes de volume, de tonalité, de répartition par type de médias ou par cible éditoriale ou encore en fonction de votre classement.

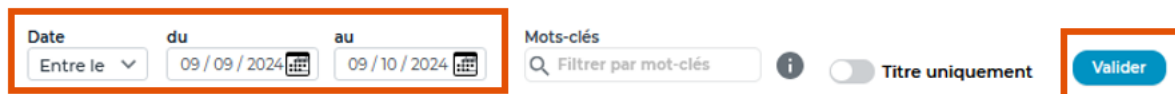
Table des matières

I.	Les données communes au tableau de bord Standard	1
II.	Présence médiatique	3
III.	Image médiatique	8
IV.	Actions sur les graphiques	11
V.	Filtrer les tableaux de bord.....	14
IV.	Le partage en permalien du tableau de bord	17

I. Les données communes au tableau de bord Standard

La plage de dates

La plage de dates indiquées par défaut est de 30 jours glissants. Vous pouvez modifier manuellement cette plage de dates en cliquant dans les champs **DU** et **AU**.



N'oubliez pas de cliquer sur **Valider** pour mettre à jour votre Tableau de bord.

La recherche par mot-clé

Le panneau de recherche vous permet d'analyser au sein de ce tableau de bord seulement les retombées comportant un ou plusieurs mots-clés.

Vous pouvez indiquer dans le champ mots-clés, le mot souhaité comme une marque, un produit, un porte-parole. Les retombées analysées se limiteront alors à celles comportant votre mot-clé.

Vous pouvez également combiner les mots-clés en utilisant des opérateurs booléens. Cliquez sur l'**icône « i »** pour comprendre comment utiliser les opérateurs.

L'opérateur **ET** vous permet d'associer 2 mots-clés. Par exemple Weleda ET Sanoflore. Vous demandez ainsi à analyser uniquement les articles qui citent Weleda et son concurrent Sanoflore

L'opérateur **OU** vous permet de rechercher tel ou tel mot-clé. Par exemple Weleda OU Sanoflore. Vous demandez à analyser uniquement les articles qui citent Weleda ou Sanoflore.

L'opérateur **SANS** vous permet d'exclure des mots-clés. Par exemple Weleda SANS Sanoflore. Vous demandez ainsi à analyser uniquement les articles qui citent Weleda et en excluant tout ceux qui citent également Sanoflore.

L'opérateur **guillemets (" ")** vous permet de rechercher des expressions exactes. Par exemple Weleda ET "soin visage". Vous demandez ainsi à analyser uniquement les articles qui citent Weleda et l'expression exacte "soin visage".

Par défaut, la recherche s'applique sur le titre et le texte de l'article. Vous pouvez demander à rechercher ce ou ces mot(s)-clé(s) dans le titre uniquement en poussant le curseur « **Titre uniquement** » sur la droite.

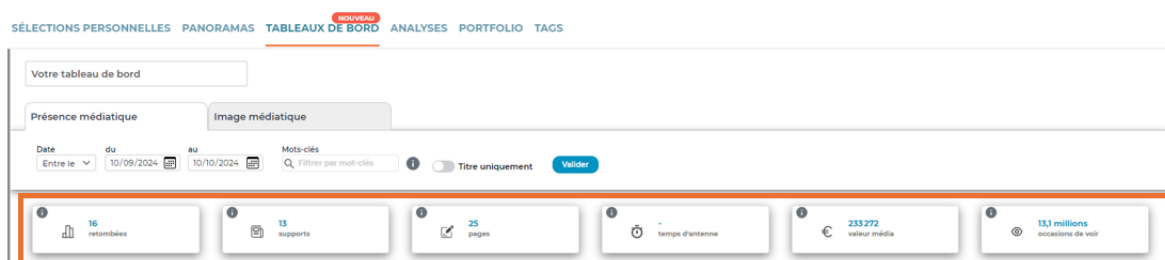
The screenshot shows a search interface with the following elements: a date range selector from '09/09/2024' to '09/10/2024'; a search bar containing 'weleda ET Sanoflore' with an information icon; a toggle switch for 'Titre uniquement' which is currently turned on; and a 'Valider' button.

N'oubliez pas de cliquer sur **Valider** pour mettre à jour votre Tableau de bord.

Le bandeau de données « compteurs »

Le bandeau vous propose plusieurs informations :

- Le nombre de retombées (sur la plage de dates choisie)
- Le nombre de supports différents
- La surface rédactionnelle (exprimée en nombre de pages) : attention, il de la taille des articles mesurée automatiquement à partir du nombre de caractères (articles entiers, sans les images).
- Le temps d'antenne : durée cumulée des passages Tv/radio remontés
- La valeur média : estimation basée sur le tarif publicitaire du média, de la surface rédactionnelle ou du temps d'antenne. Exprimée en €
- Les occasions de voir (ODV) : nombre d'opportunités qu'un public à de voir ou d'entendre un message (cumul des audiences des différents médias)



Ce bandeau s'affiche sur les onglets Présence médiatique et Image médiatique.

II. Présence médiatique

Les graphiques présents dans la section Présence médiatique offrent des informations relatives au volume de vos retombées sur une période donnée, avec différentes métriques (surface rédactionnelle, temps d'antenne, valeur média, audience...)

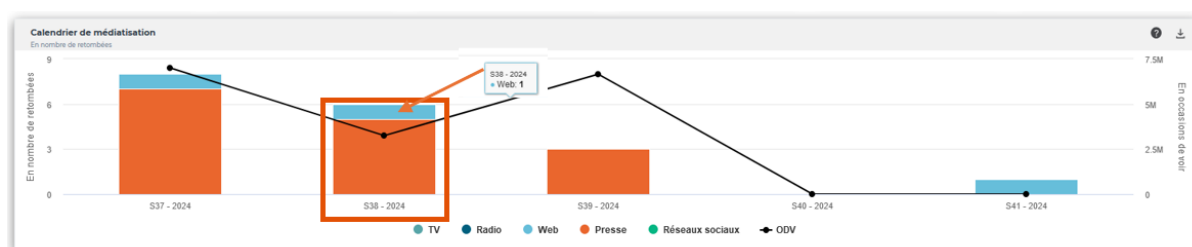
Voyons les graphiques ensemble.

Calendrier de médiatisation

Il s'agit ici de visualiser les retombées de la plage de dates indiquée, au fil du temps avec une répartition par médias. La ligne des ODV vient compléter ces données.

Par exemple ici, je sais que la semaine 38 de 2024, j'ai obtenu 1 retombée web, 5 retombées presse écrite et que l'ODV était de 3 246 963.

Astuce : Passez la souris sur les graphiques pour visualiser les chiffres.




Ce graphique est cliquable. Si vous souhaitez visualiser les 4 retombées Web de la semaine 25, cliquez sur le rectangle bleu. Une pop-up vous présentera les différentes retombées correspondantes ? Vous pourrez cliquer sur une retombée pour visualiser son pdf ainsi que tous les détails dans l'article en cliquant sur Détails. Les flèches Suivant et Précédent permettent de naviguer dans la liste.

La capture d'écran montre l'interface de résultats d'articles. À gauche, une liste de 3 résultats est affichée, avec un article intitulé 'Soins capillaires, on oublie le synthétique' par Sabrina Debusquat. À droite, une pop-up 'DÉTAILS' est ouverte, montrant l'article 'PLANTES ET SANTE' de Sabrina Debusquat, daté du 26 septembre 2024. La pop-up contient une image de l'article, des métadonnées (Edition, Famille de média, grand public) et des informations de pagination (p. 1/10, Nombre de mots : 5757).

Chiffres clés par types de médias

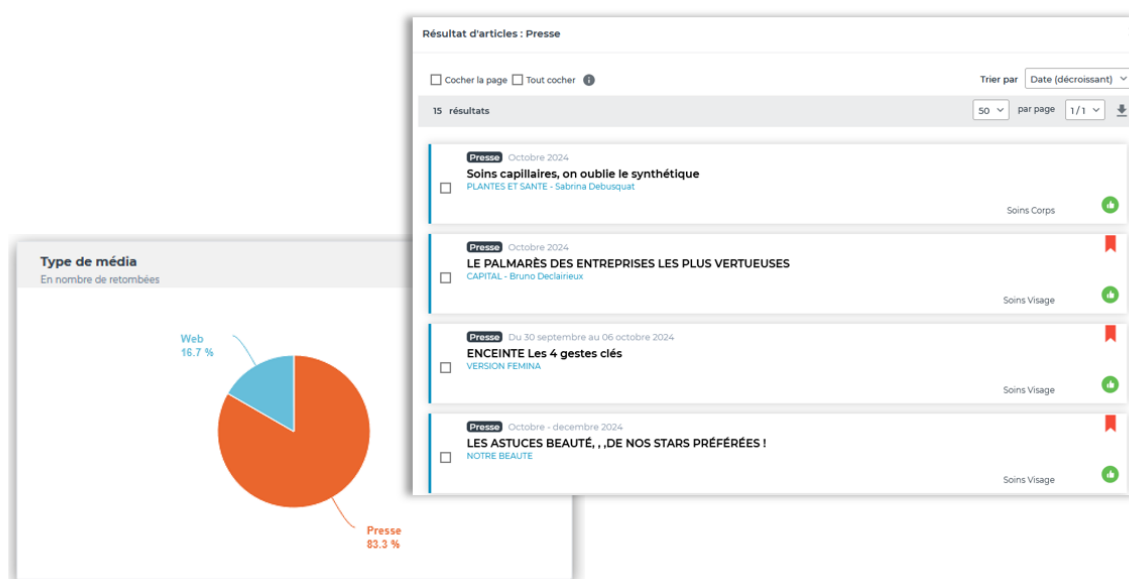
Vous retrouverez ici tous vos chiffres clés dans un seul tableau à double entrée. Sur la gauche du tableau, la répartition par type de médias et sur les colonnes du haut, divers indicateurs comme le nombre de retombées, le nombre de supports différents...

Remarque : ce tableau n'est pas cliquable. Il est possible d'exporter les données du graphique au format CSV en cliquant sur l'icône . L'export se trouvera dans l'onglet Portfolio.

Chiffres clés par type de média						
	Nombre retombées	Nombre de supports	Nombre de pages	Durée	Valeurs média	Occasions de voir
Presse	15	12	21	-	257 132 €	16 163 377
Internet	3	3	5	-	2 539 €	740 480
Radio	-	-	-	-	-	-
TV	-	-	-	-	-	-
Réseaux sociaux	-	-	-	-	-	-
TOTAL	18	15	26	-	259 671 €	16 903 857

Type de médias

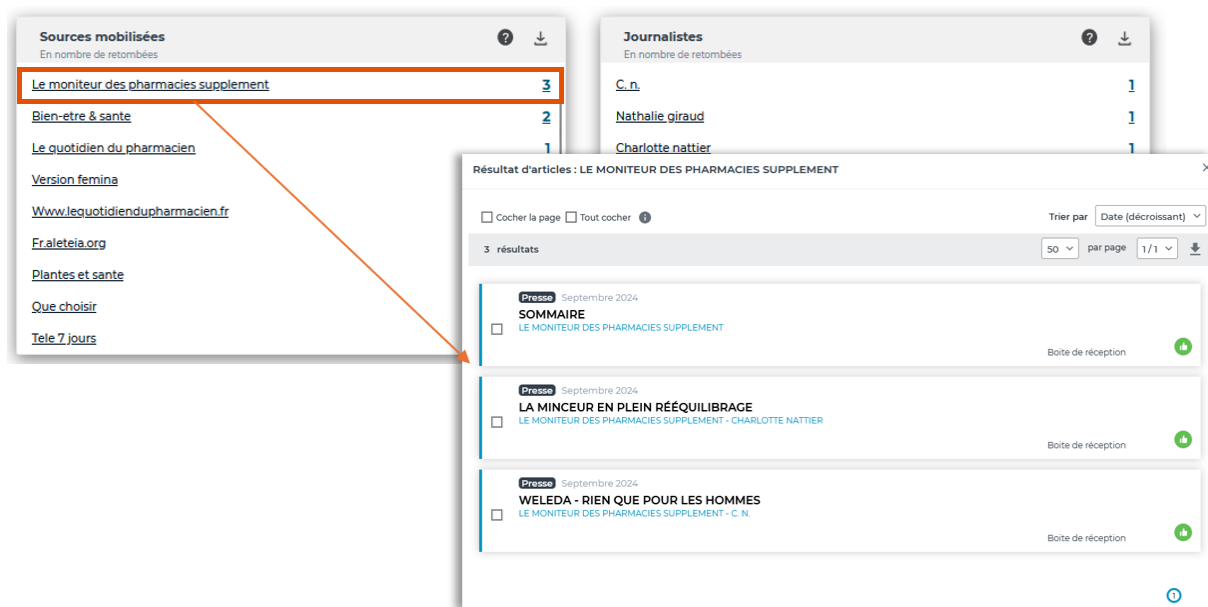
Ce graphique vous propose une répartition des retombées, reçues selon la plage de dates indiquée, par type de médias. Vous pouvez passer votre souris sur les différentes parties du graphique pour visualiser le chiffre associé. Vous pouvez également cliquer sur les différentes parties afin de visualiser les retombées associées. Les flèches Suivant et Précédent permettent de naviguer dans la liste.



Sources mobilisées et journalistes

Dans ces graphiques retrouvez les médias qui vous ont générés le plus de retombées ainsi que les journalistes les plus contributeurs.

Ces graphiques sont cliquables. Vous pourrez ainsi visualiser les retombées parues dans un média spécifique ou dont l'auteur est présent dans cette liste.

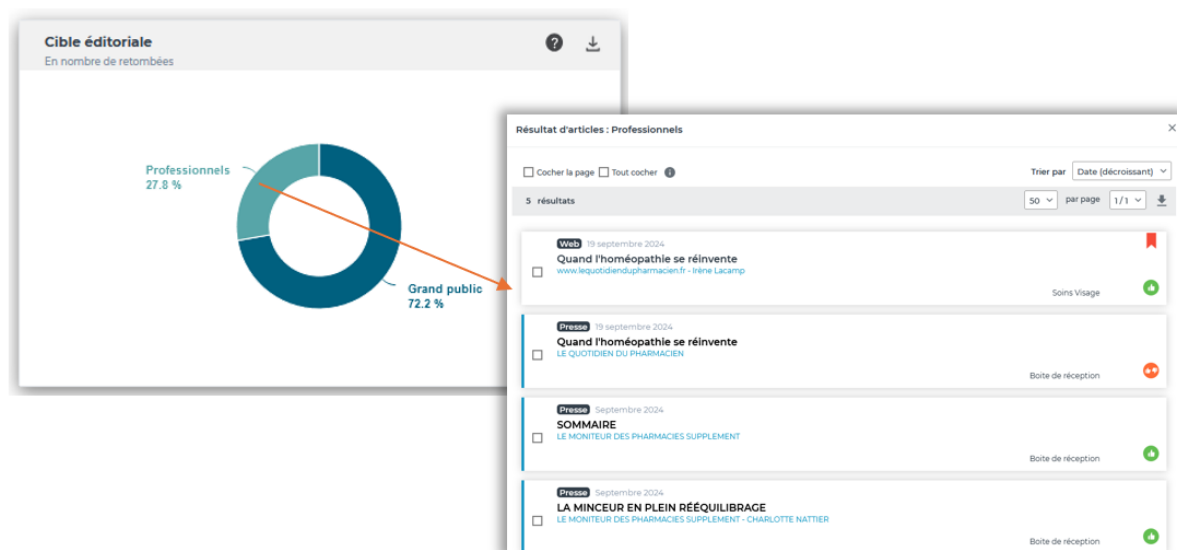


Cible éditoriale

Ce graphique vous permet de visualiser la répartition de vos retombées selon la cible éditoriale des médias.

Passez la souris sur les différentes parties du graphique pour visualiser les chiffres associés.

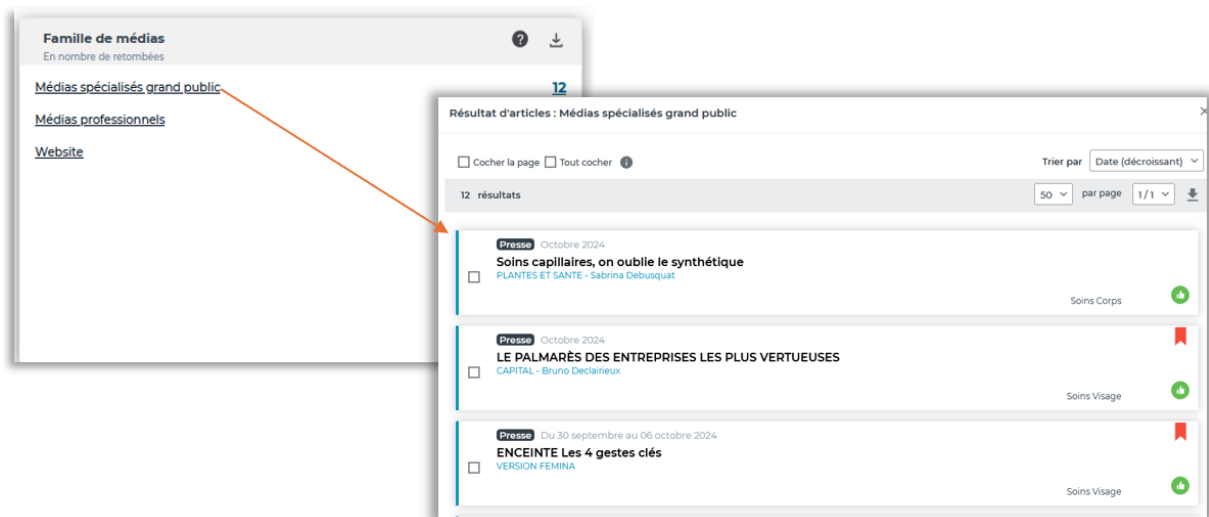
Ce graphique est cliquable et vous permet de visualiser les retombées rangées dans les différentes sources éditoriales.



Famille de médias

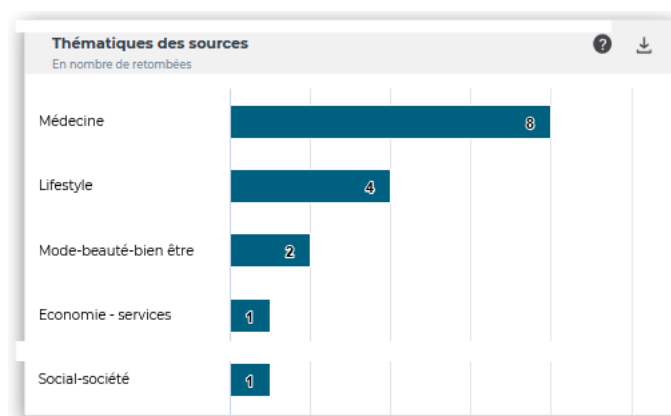
Ce graphique vous permet de mesurer la contribution des différentes typologies de sources.

Ce graphique est cliquable. Vous pourrez ainsi visualiser les retombées rangées dans une certaines typologie.



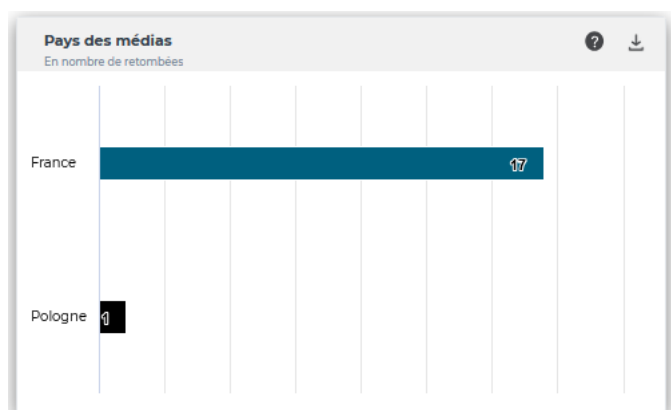
Thématique des sources

Ce graphique vous permet de vérifier à quelles thématiques sont généralement associés les médias qui vous ont mentionnés. Ce graphique est cliquable. Vous pourrez ainsi visualiser les retombées rangées dans une certaine thématique.



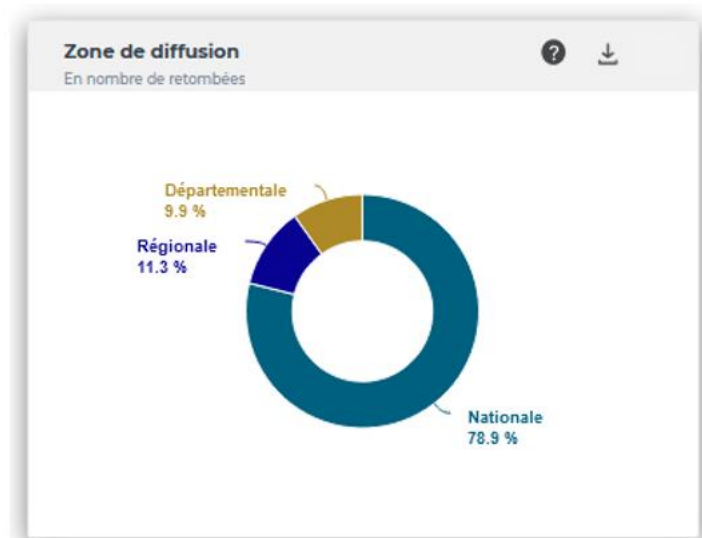
Pays

Le graphique Pays permet de mesurer le niveau de médiatisation dans le monde, en fonction des pays des différents médias.



Couverture géographique

Le graphique couverture géographique permet de mesurer la contribution des différents médias en fonction de leurs zones de diffusion ou d'influence.



Régions (Zone de couverture)

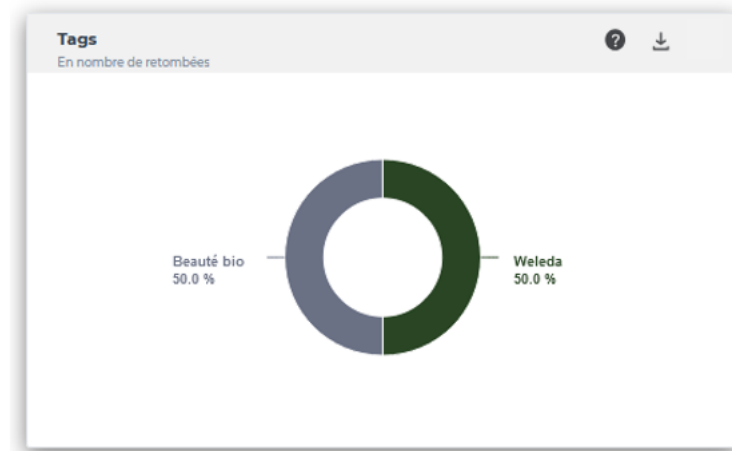
Le graphique Régions permet de mesurer votre médiatisation dans les différentes régions françaises, en fonction de la couverture géographique du média. Par exemple, un média de Monaco peut avoir une couverture géographique sur la région PACA.

The table, titled 'Régions' with the subtitle 'En nombre de retombées', lists the number of media coverage retombées for various French regions. The regions are listed in descending order of the number of retombées.

Région	Nombre de retombées
Grand est	7
Normandie	4
Occitanie / pyrénées-méditerranée	2
Nouvelle aquitaine	2
Hauts-de-france	1
Pays-de-la-loire	1
Auvergne rhône-alpes	1
Bourgogne franche-comté	1

Tags

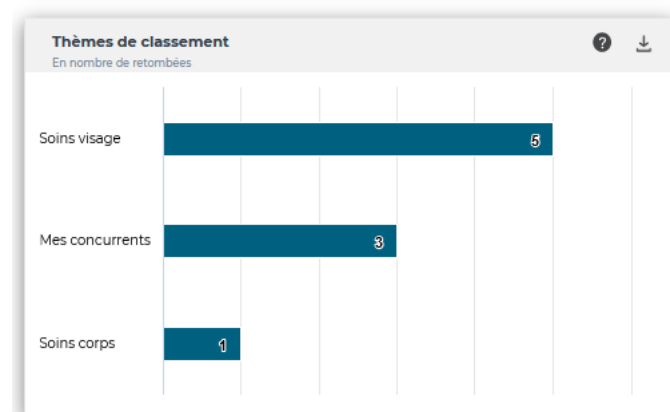
Le graphique tags permet de visualiser la répartition des retombées par tag.



Thèmes de classement

Ce graphique permet de visualiser l'importance des thèmes et sous-thèmes. En effet, vous pourrez visualiser facilement dans quel thème/sous-thème vous avez classé le plus de retombées.

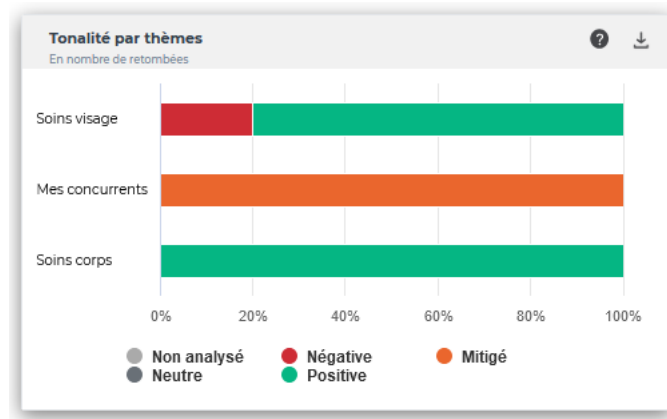
A noter que si une retombée est classée dans 2 thèmes, elle sera visible dans les deux.



Tonalité par thème

Ce graphique est complémentaire du précédent car il vous indique la répartition par tonalité au sein de chacun de vos thèmes et sous-thèmes. La tonalité automatique est uniquement disponible pour les contenus Presse et Web.

Vous pouvez exclure une donnée du graphe en cliquant sur la pastille de la légende.

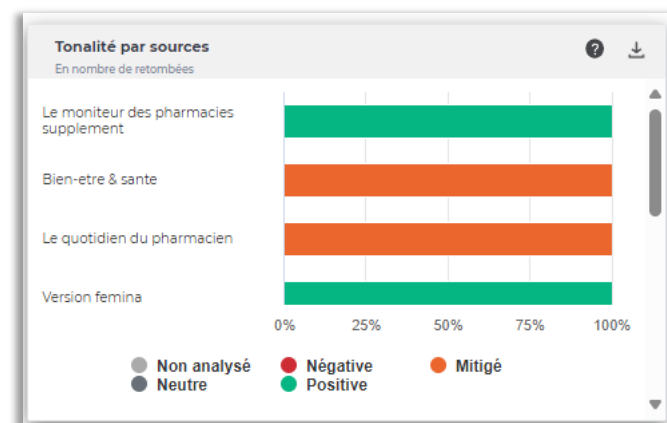


Tonalité par sources

Ce graphique permet d'identifier la tonalité générale des retombées en fonction des principales sources.

Par exemple ici, durant la période analysée, le magazine Bien être & Santé a produit des retombées positives. En revanche, sur cette même période, Madame Figaro a produit des retombées mitigées et positives.

La tonalité automatique est uniquement disponible pour les contenus Presse et Web.

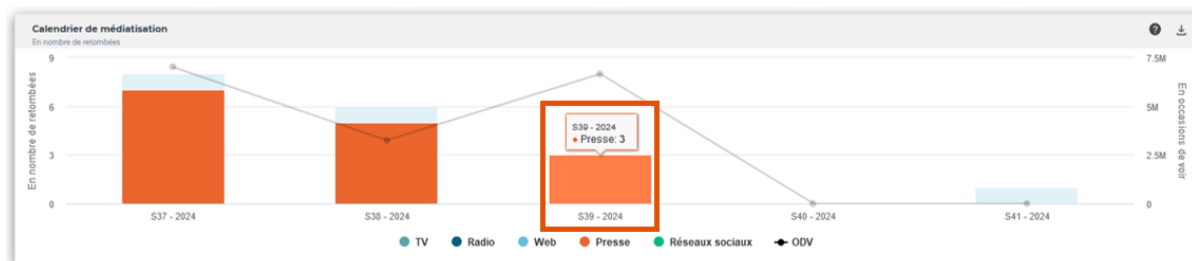


Vous pouvez exclure une donnée du graphe en cliquant sur la pastille de la légende.

IV. Actions sur les graphiques

Pour obtenir les données de certains graphiques, il suffit de passer la souris sur la partie souhaitée.

Par exemple, pour connaître le nombre de retombées parues dans la presse écrite la semaine 39, passez la souris sur le rectangle orange de la semaine 39 du graphique Calendrier de médiatisation. Une infobulle vous donnera le nombre de retombées.



Certains graphiques sont cliquables et vous permettent de visualiser les retombées associées. Pour cela, cliquez sur la portion de graphique souhaitée.



Une pop-up s'ouvre avec les retombées correspondantes. Vous pourrez voir le titre de l'article, le nom du média, la date de parution, le type de média ainsi que la tonalité et éventuellement le drapeau orange si vous avez préalablement marqué cette retombée.

Résultat d'articles : Professionnels

☐ Cocher la page ☐ Tout cocher ⓘ

Trier par Date (décroissant) ▼

5 résultats

50 ▼ par page 1/1 ▼

<input type="checkbox"/>	Web 19 septembre 2024 Quand l'homéopathie se réinvente www.lequotidiendupharmacien.fr - Irène Lacamp	Soins Visage	
<input type="checkbox"/>	Presse 19 septembre 2024 Quand l'homéopathie se réinvente LE QUOTIDIEN DU PHARMACIEN	Boîte de réception	
<input type="checkbox"/>	Presse Septembre 2024 SOMMAIRE LE MONITEUR DES PHARMACIES SUPPLEMENT	Boîte de réception	
<input type="checkbox"/>	Presse Septembre 2024 LA MINCEUR EN PLEIN RÉÉQUILIBRAGE LE MONITEUR DES PHARMACIES SUPPLEMENT - CHARLOTTE NATTIER	Boîte de réception	

Vous pouvez cocher une ou plusieurs retombées. Pour cocher toute la page, cliquer sur **Cocher la page**. Pour cocher toutes les retombées (même celles se trouvant sur d'autres pages de la pop-up) cliquez sur **Tout cocher**.

Vous pourrez ensuite **exporter les retombées** cochées (dans la limite de 1000 retombées par exports) en cliquant sur l'**icône d'export** en haut à droite de la pop-up.

Vous pouvez également cliquer sur une retombée pour visualiser son pdf ainsi que tous les détails dans l'article en cliquant sur **Détails**.

Résultat d'articles : Web / 17-06-2024 00:00 - 30-06-2024 23:59

← Retour Suivant >

Cocher la page ☐ **Tout cocher** ☐ ⓘ

4 résultats

- ☐ Web 28 juin 2024
Huningue. Un concours d'architectes lancé pour le futur pôle nautique
www.dna.fr - Christophe Meyer
- ☐ Web 28 juin 2024
Un concours d'architectes lancé pour le futur pôle nautique
www.lalace.fr - Jean-Christophe Meyer
- ☐ Web 27 juin 2024
Weleda lance une nouvelle gamme de soins naturels pour hommes
www.pharma360.fr - Thomas Karsab
- ☐ Web 19 juin 2024
Quelle est la meilleure crème de nuit disponible sur Amazon en 2024 ?
www.lefigaro.fr

Boîte de réception

Boîte de réception

Résultat d'articles : Web / 17-06-2024 00:00 - 30-06-2024 23:59

← Retour Suivant >

Cocher la page ☐ **Tout cocher** ☐ ⓘ

4 résultats

- ☐ Web 28 juin 2024
Huningue. Un concours d'architectes lancé pour le futur pôle nautique
www.dna.fr - Christophe Meyer
- ☐ Web 28 juin 2024
Un concours d'architectes lancé pour le futur pôle nautique
www.lalace.fr - Jean-Christophe Meyer
- ☐ Web 27 juin 2024
Weleda lance une nouvelle gamme de soins naturels pour hommes
www.pharma360.fr - Thomas Karsab
- ☐ Web 19 juin 2024
Quelle est la meilleure crème de nuit disponible sur Amazon en 2024 ?
www.lefigaro.fr

Boîte de réception

Boîte de réception

Résultat d'articles : Professionnels

Cocher la page ☐ **Tout cocher** ☐ ⓘ (1 Sélections) ✕

Trier par Date (décroissant) ▾

20 résultats

50 par page 1/1

Boîte de réception

Presse Juillet - septembre 2024
GEL NETTOYANT RAFRAÎCHISSANT.
VISITE ACTUELLE - Krystel Brot Weissenbach, Valérie Bidermanas

Presse Juillet - août 2024
Weleda : leader de l'anti-âge naturel et bio en France
EXPRESSION COSMETIQUE

Presse Juin 2024
QUAND LE PAPIER DEVIENT UNE AFFAIRE DE FEUILLE
PAPARGUS - Christelle Magaud

Presse Juillet - août 2024
WELEDA REVIENT AU SUPPO
PHARMACIEN MANAGER - C. N.

Boîte de réception

Boîte de réception

Donnez un **titre** à votre export puis cliquez sur **Valider**.

Export Excel×

Quel titre voulez-vous donner à ce document:

Export de retombées

Vous allez lancer un export de 1 retombées medias, votre document sera disponible dans quelques minutes dans portfolio

Annuler

Valider

Vos retombées s'exportent en format CSV. Votre export sera disponible dans l'onglet **Portfolio**. Vous pourrez ainsi retélécharger ce fichier si nécessaire en cliquant sur son titre.

CISION
L&Q

Rechercher dans LuQ...

ACTUALITÉS ALERTES SÉLECTIONS PERSONNELLES PANORAMAS TABLEAUX DE BORD ANALYSES **PORTFOLIO** TAGS

CISION
L&Q

ANNELISE CORBRION
LUQ_ACADEMIE

FR

Accueil

Social Listening

BP Connect +

Trier par: Date décroissante

Export de retombées
Le: 22/08/2024

VEILLE CSV

Créé par
Annelise COR...

Voir le livrable >

Cliquez sur les **points d'interrogation** de chaque graphique pour en savoir plus.

Chiffres clés par type de média						
	Nombre retombées	Nombre de supports	Nombre de pages	Durée	Valeurs média	O
Presse	15	12	21	-	257 132 €	16 163 377
Internet	3	3	5	-	2 539 €	740 480
Radio	-	-	-	-	-	-
TV	-	-	-	-	-	-
Réseaux sociaux	-	-	-	-	-	-
TOTAL	18	15	26	-	259 671 €	16 903 857

Téléchargez les données d'un graphique en CSV en cliquant sur l'icône de téléchargement en haut à droite de chaque graphique.

Chiffres clés par type de média						
	Nombre retombées	Nombre de supports	Nombre de pages	Durée	Valeurs média	Occasions de voir
Presse	15	12	21	-	257 132 €	16 163 377
Internet	3	3	5	-	2 539 €	740 480
Radio	-	-	-	-	-	-
TV	-	-	-	-	-	-
Réseaux sociaux	-	-	-	-	-	-
TOTAL	18	15	26	-	259 671 €	16 903 857

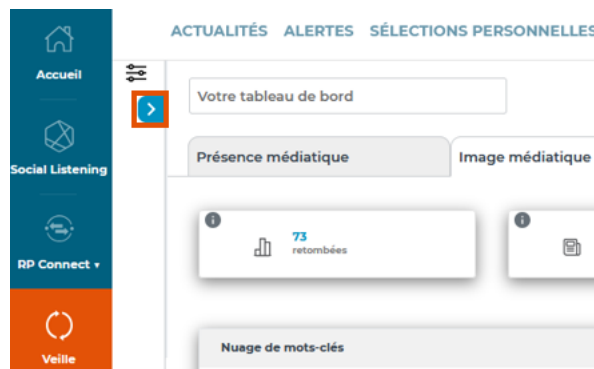
L'export sera automatiquement placé dans la section Portfolio. Cliquez sur le titre de l'export pour le télécharger de nouveau.

V. Filtrer les tableaux de bord

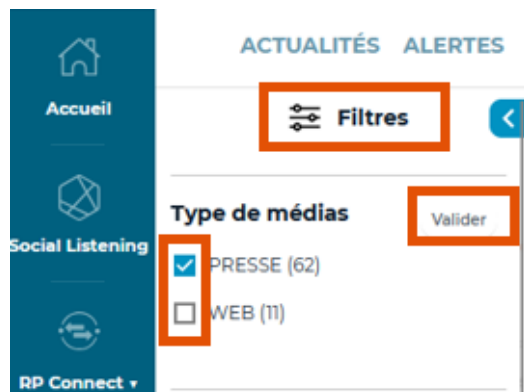
Vous pouvez filtrer l'ensemble de vos tableaux de bord à l'aide des filtres situés dans le menu à gauche. L'utilisation de ces filtres vous permet de sélectionner les retombées que vous souhaitez analyser dans le tableau de bord.

Différents filtres sont proposés tels que type de média, sources, émissions, thèmes, tonalité...

Astuce : Le menu filtre peut être caché ou apparent. Pour masquer ou afficher le menu filtre, cliquez sur la flèche bleue.



Pour **utiliser un filtre**, il suffit de cocher le filtre souhaité. Par exemple, je souhaite uniquement analyser les retombées du type presse écrite. Dans ce cas, je vais cocher PRESSE dans le filtre type de média. N'oubliez pas de valider lorsque vous cochez un filtre.



Vous pouvez **cumuler les filtres** afin d'affiner davantage votre sélection.

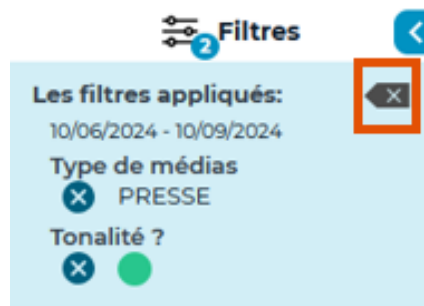
Dans cet exemple, je décide d'analyse uniquement les retombées de type Presse écrite qui ont une tonalité positive.



Pour **supprimer un filtre**, cliquez sur la croix se trouvant devant le nom du filtre.

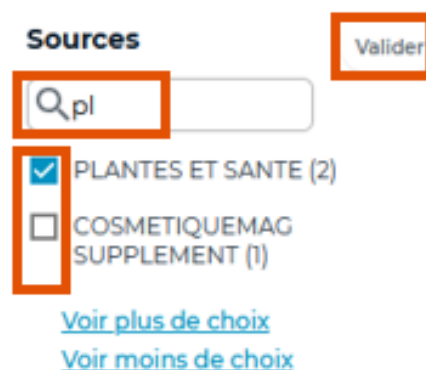


Pour **réinitialiser les filtres**, cliquez sur la croix en haut à droite des filtres sélectionnés.



Certains filtres comportent une zone de recherche. Il s'agit d'une recherche en contenant. Lorsque vous commencez à saisir votre mot, les propositions évoluent afin de correspondre à votre saisie.

Par exemple, je souhaite analyser uniquement les articles parus dans la source « Plantes et santé ». Dans le champ de recherche, je commence à écrire le nom du média. Je peux alors cocher la ou les sources souhaitées et valider pour confirmer l'utilisation de ce filtre.



Astuce : Deux utilisateurs peuvent utiliser simultanément les filtres sur le même tableau de bord.

Mémoriser les filtres

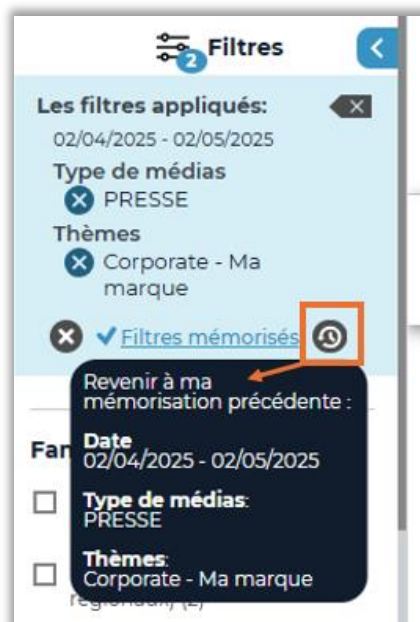
Une fois les filtres sélectionnés, vous pourrez les mémoriser en cliquant sur **Mémoriser mes filtres**. De cette manière, les filtres resteront appliqués sur votre tableau de bord au-delà de votre session active.



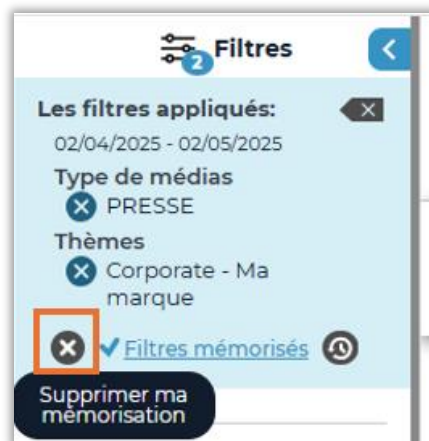
Pour rappel, les filtres sont personnels et spécifiques à chaque portail LuQi, si vous disposez de plusieurs espaces sur LuQi.

Une fois vos filtres mémorisés, vous pouvez :

- Revenir au **dernier état mémorisé** des filtres après les avoir réinitialisés



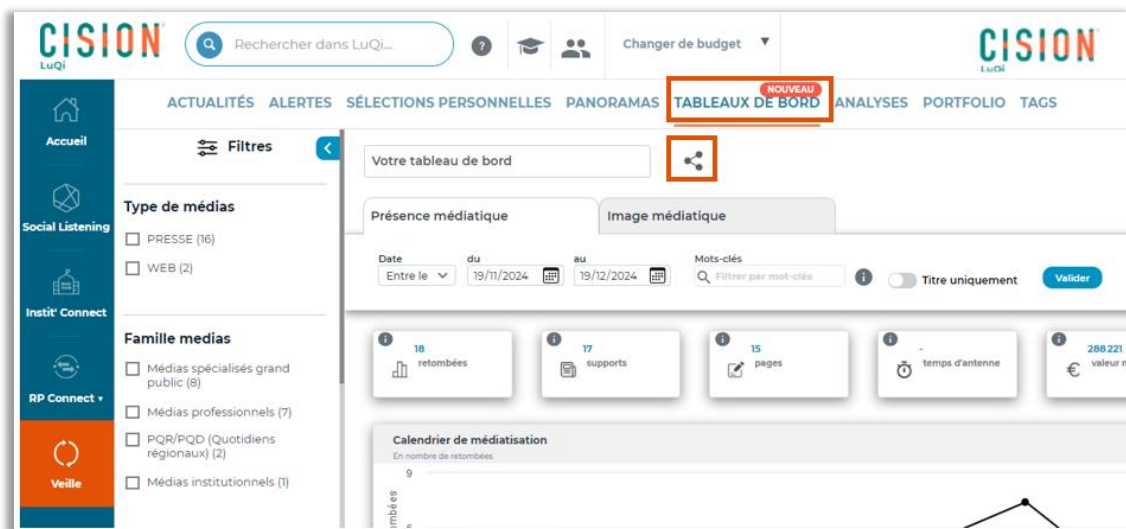
- **Supprimer** la mémorisation des filtres



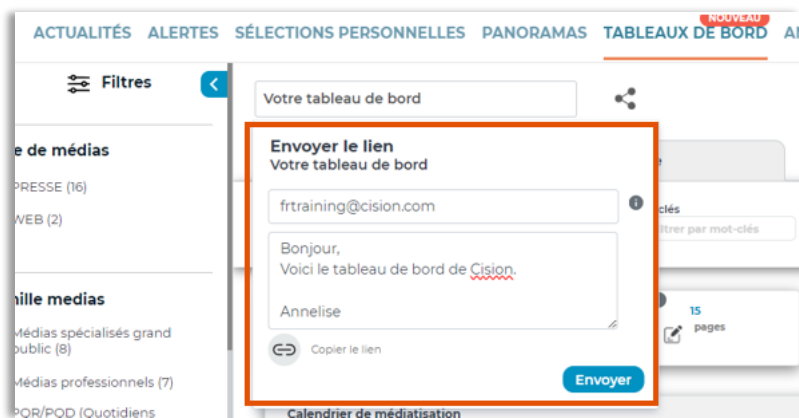
IV. Le partage en permalien du tableau de bord

Vous pouvez dès à présent partager votre tableau de bord en permalien.

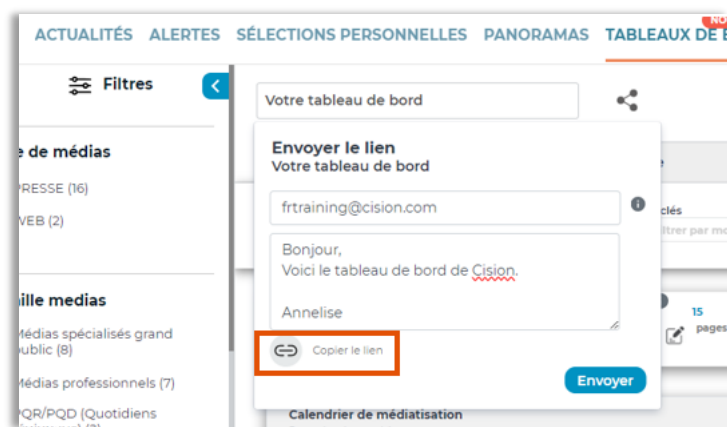
Une fois sur votre tableau de bord, cliquez sur l'icône de partage.



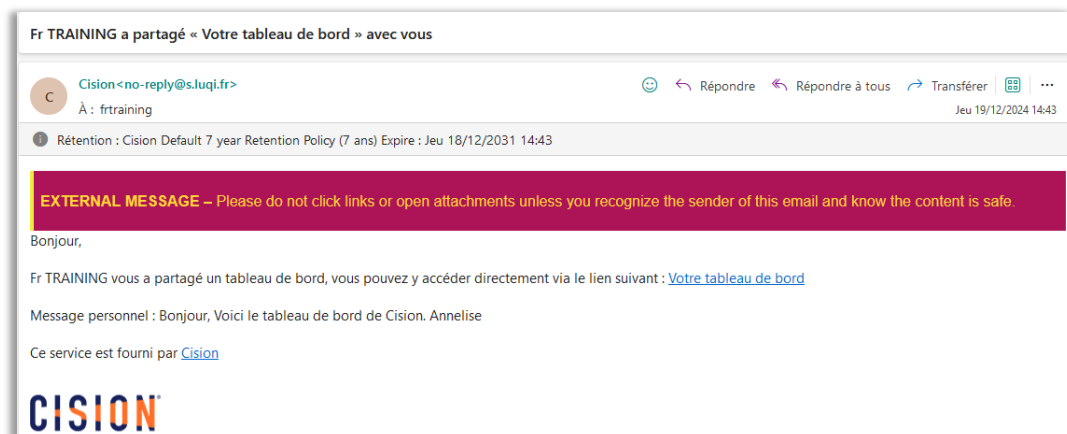
Saisissez une ou plusieurs adresses mails (séparées par des virgules) et ajoutez éventuellement un message. Cliquez ensuite sur **Envoyer**.



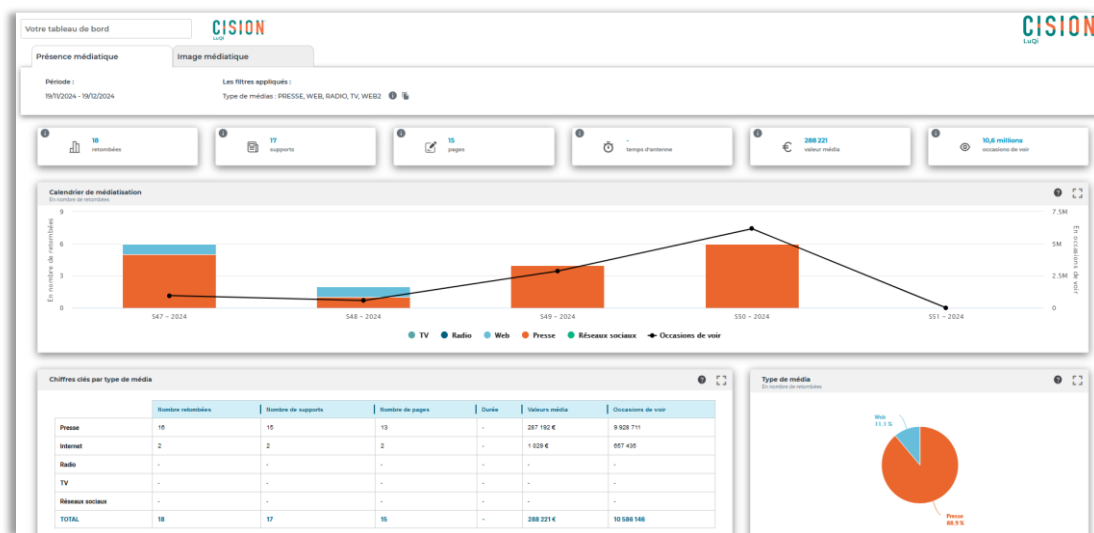
Vous pouvez également copier directement le lien et l'envoyer depuis votre messagerie.



Vos destinataires recevront alors cet email.



Il leur suffira de cliquer sur le lien pour accéder au tableau de bord



Remarque : les destinataires n'ont pas besoin de posséder un code d'accès sur la plateforme LuQi pour visualiser le Tableau de bord via le permalien. Ce tableau de bord n'est pas cliquable. Les destinataires ne peuvent pas accéder aux retombées

Vous ne trouvez pas la réponse à votre question ?

Contactez notre équipe Support

Par email : relationclient@cision.fr

Par téléphone : 01 49 25 71 00

Du lundi au vendredi de 9h à 18h