



# BILAN MEDIA SPONSORING

- Mesurer le ROI de vos partenariats
- Analyser l'impact sur la visibilité et l'image de votre marque dans les médias





## OBJECTIF

- ➔ Bénéficier de KPI's sur mesure pour **piloter sa stratégie** de communication

## PÉRIMÈTRE

- **Médias éditoriaux**
- **Réseaux sociaux** (earned & owned média)
- **Pays** : France
- **Période** : à définir
- **Corpus** : les retombées / publications citant votre marque associée aux Jeux 2024

## MÉTHODOLOGIE

- Etude réalisée **grâce à nos plateformes de veille** ou à partir de vos surveillances existantes.
- **Les données quantitatives** présentées dans ce bilan sont **extraites automatiquement** de nos plateformes de veille, y compris la tonalité et l'équivalent publicitaire.
- **Une analyse humaine** non exhaustive permet de dégager les grandes tendances de la médiatisation et d'apporter un éclairage sur les données chiffrées.



# Chiffres-clés tous médias

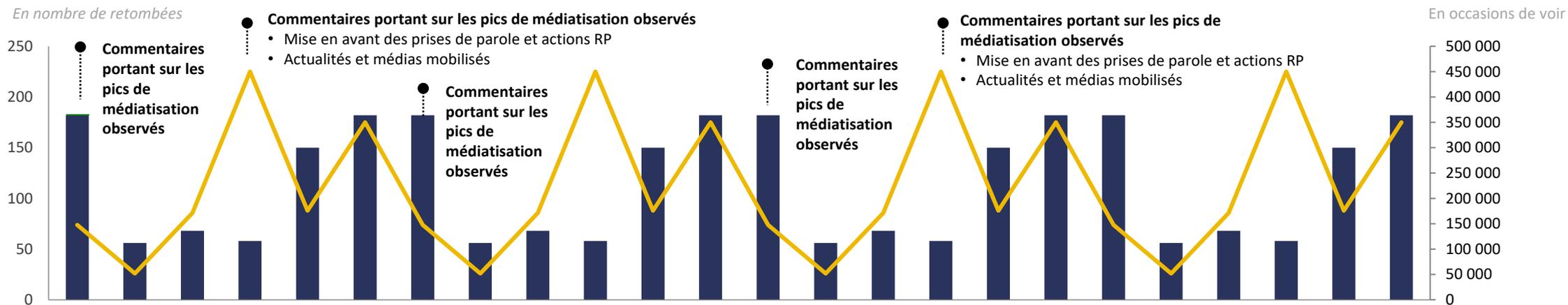




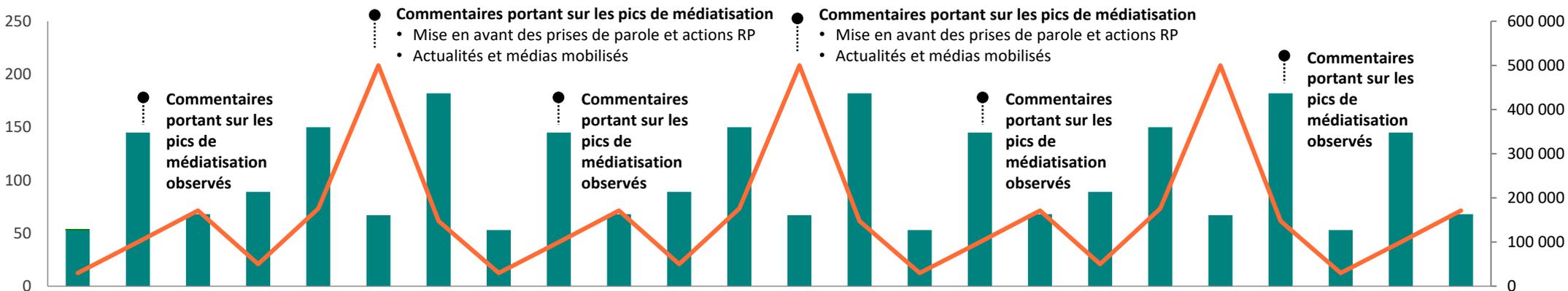
# Calendrier de médiatisation



MÉDIAS ÉDITORIAUX



RÉSEAUX SOCIAUX



# Impact dans les médias éditoriaux



## CHIFFRES-CLÉS

 **237**  
retombées

 **139**  
supports

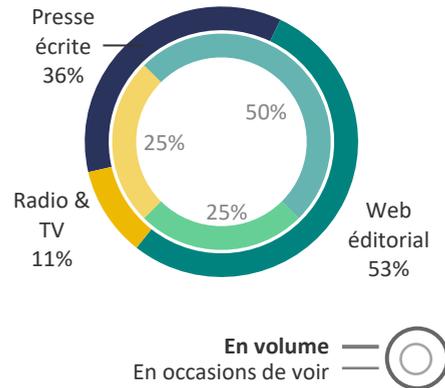
 **4h45** de  
temps d'antenne

 **25** millions  
d'occasions de voir

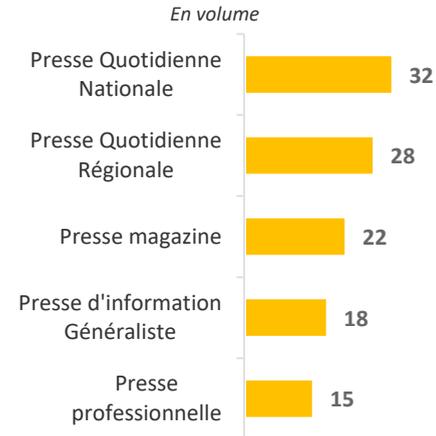
 **356 558 €**  
d'équivalent pub

 **90%** dans des  
médias grand public

## PART DE CHAQUE MÉDIA



## TYPES DE PRESSE



## CHIFFRES-CLÉS PAR MÉDIAS

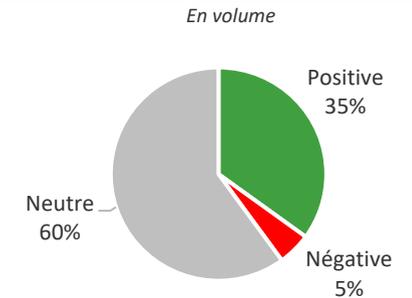
	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE	OCCASIONS DE VOIR
Presse	466	56	103 456 €	7 000 456
Internet	590	89	150 341 €	5 000 768
Radio	41	12	21 900 €	12 345 167
TV	32	5	89 153 €	15 890 000
<b>TOTAL</b>	<b>2 274</b>	<b>139</b>	<b>356 558 €</b>	<b>25 180 704</b>

- 12% des mentions de votre marque sont liées aux Jeux 2024
- 26% des retombées citant les Jeux 2024 et votre marque évoquent des sujets « RSE ».

## TOP MÉDIAS



## TONALITÉ DU DISCOURS



- Commentaires portant sur la visibilité médiatique de votre marque en lien avec les Jeux 2024. Comparaison entre les différents types de médias.
- Rappel des temps forts sur la période d'étude, en rapport avec le calendrier de médiatisation.
- Analyse des médias clés mobilisés : quels sont les principaux vecteurs de visibilité pour votre marque ? Correspondent-ils à la cible que vous souhaitez toucher ?
- Explication des données liées à la tonalité : quels sujets génèrent une tonalité favorable vs défavorable et dans quels médias ? Quel impact sur l'image de votre marque ?
- Sélection de verbatims ou de prises de parole pour illustrer l'analyse.

# Impact sur les réseaux sociaux (earned & owned)



## CHIFFRES-CLÉS

 **2 301** mentions  
dont 52 owned média

 **139** auteurs

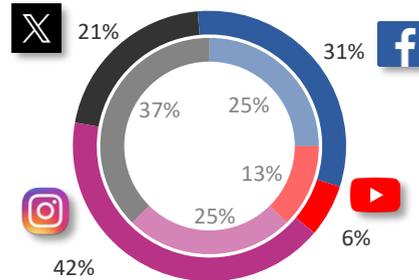
 **25** millions impressions

 **356 558 €**  
d'équivalent pub

 **52** retweets

 **109** likes

## FOCUS OWNED MÉDIA



En volume  
En occasions de voir 

## MOTS-CLÉS, # ET ÉMOJIS



## TOP COMPTES

### LES PLUS ACTIFS - en volume



### LES PLUS VISIBLES - en reach



### LES PLUS INFLUENTS - en engagement



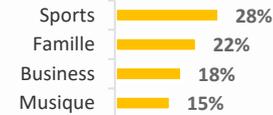
- 22% des mentions de votre marque sont liées aux Jeux 2024
- 31% des retombées citant les Jeux 2024 et votre marque évoquent des sujets « RSE ».

## AUDIENCE

### GENRE AFFICHÉ

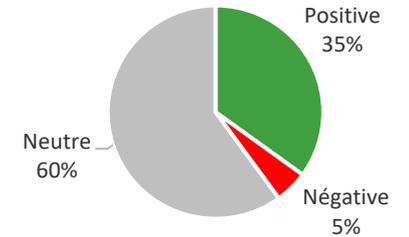


### SUJETS D'INTÉRÊT



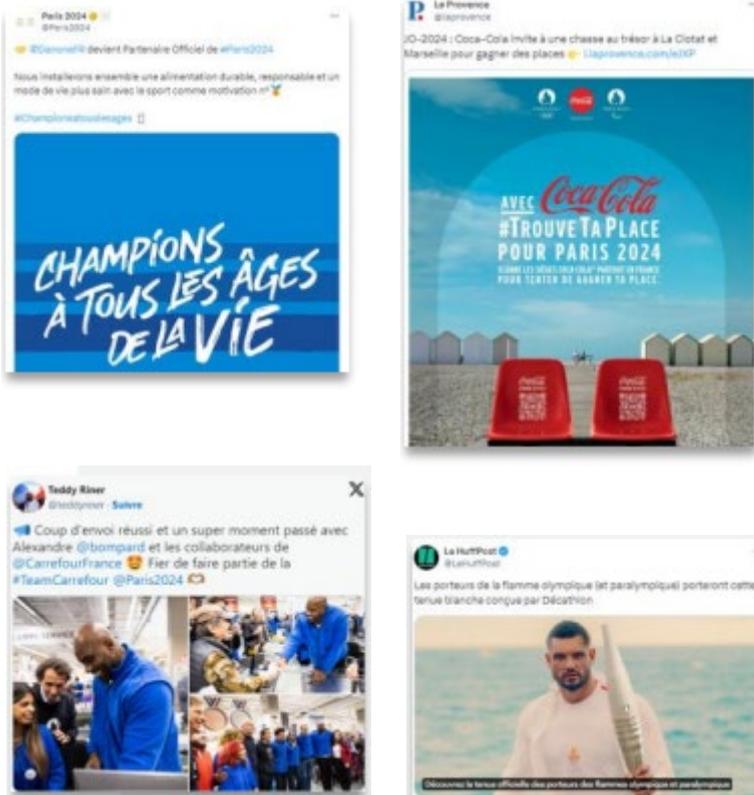
## TONALITÉ DU DISCOURS

En volume



- Commentaires portant sur la visibilité médiatique de votre marque en lien avec les Jeux 2024. Comparaison entre les réseaux sociaux.
- Rappel des temps forts sur la période d'étude, en rapport avec le calendrier de médiatisation.
- Analyse des médias clés mobilisés : quels sont les principaux vecteurs de visibilité pour votre marque ? Correspondent-ils à la cible que vous souhaitez toucher ?
- Explication des données liées à la tonalité : quels sujets génèrent une tonalité favorable vs défavorable et sur quels réseaux ? Quel impact sur l'image de votre marque ?
- Sélection de verbatims ou de prises de parole pour illustrer l'analyse.

## BEST-OF DES RETOMBÉES



## A RETENIR

### FORCES

- Synthèse sur les **points forts** de l'opération de sponsoring sur la période d'étude.
- Par exemple une **forte visibilité dans des médias cœur de cible**, une médiatisation de qualité avec des actualités qui intéressent les médias.
- **Corrélation** entre les **objectifs de la marque** et les **résultats obtenus** dans les médias éditoriaux et sur les réseaux sociaux.

### OPPORTUNITÉS & AXES DE RÉFLEXION

- Focus sur les **éléments qui pourraient être développés** pour devenir de réelles forces.
- Par exemple des **prises de parole à déployer davantage**, des sujets très porteurs mais encore peu médiatisés, des types de médias non mobilisés qui pourraient être des relais intéressants.
- **Corrélation** entre les **objectifs de la marque** et les **résultats obtenus** dans les médias éditoriaux et sur les réseaux sociaux.

**CISION®**

**DES BILANS MÉDIAS QUI  
S'ADAPTENT À VOS BESOINS**



# Pour aller plus loin que le modèle présenté

*Notre équipe d'experts en analyse des médias peut, par exemple, ajouter les éléments suivants :*

- Visibilité de la marque associée à chaque **athlète**
- Focus sur la visibilité de **produits spécifiques** associés aux Jeux
- Analyse de l'activité **owned média** et comparaison vs d'autres marques
- **Analyse humaine** de tout ou partie du corpus afin d'affiner les données quantitatives
- Identification de **sujets-clés** sur mesure (prise de parole du DG, valeurs de la marque...)
- Analyse de la visibilité du **logo** de la marque sur les médias en ligne
- **Analyse comparative** vs des marques concurrentes ou inspirantes
- Etude plus détaillée et **présentation** des résultats à vos équipes
- Scope **international**
- Etude présentée sous forme d'une **infographie**





# Des bilans médias sur mesure

*Les bilans médias sponsoring Cision s'adaptent à vos enjeux spécifiques*



## EN FONCTION DE VOS ENJEUX...

- J'ai besoin de **rassurer mon DG** sur son image médiatique ?
- Je veux toucher une **cible plus jeune** ?
- Je veux prouver à ma direction l'impact de mon travail pour **sécuriser mon budget** ?
- Je souhaite vérifier si les journalistes relaient bien mes **messages clés en lien avec la RSE** ?
- Je veux **inciter les porte-parole** à être davantage présents dans les médias ?
- Je souhaite **optimiser ma stratégie de com'** en m'inspirant de mes concurrents ? Etc.

## ...ON CHOISIT LES KPI'S LES PLUS ADAPTÉS



- Nombre de retombées, équivalent publicitaire, occasions de voir...
- Taux de médiatisation dans les supports Coeur de cible
- Qualité de la médiatisation et incidence des prises de parole
- Tonalité des retombées, messages-clés, ...
- Publics touchés, etc.



## ET LE FORMAT LE PLUS EFFICACE

- Infographie
- Reporting Excel
- Bilan PPT très détaillé
- Note de synthèse
- Format prédéfini par la direction, Etc.