

L'ANALYSE DES SENTIMENTS AU SERVICE DU COMMUNITY MANAGEMENT



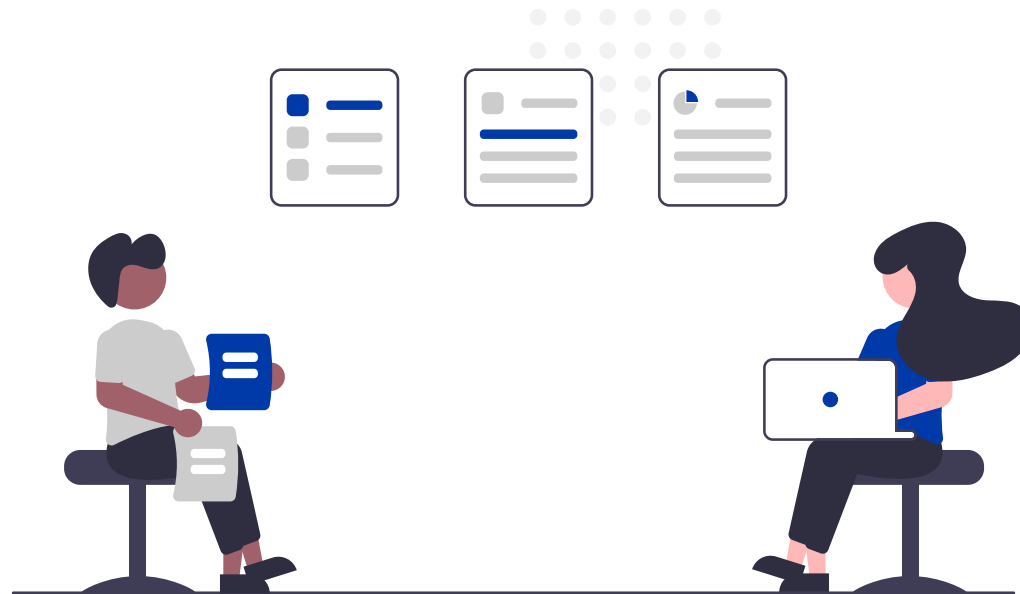
1

Les **clients** sont la force **motrice** de toute **entreprise**.
Savoir ce qu'ils **pensent** de vos produits et services aidera
votre **organisation à aller loin**. Grâce aux outils **d'analyse
des sentiments**, vous pouvez facilement en savoir plus
sur vos clients à partir des données de réponse.



2

Les **communautés** sont porteuses de nombreuses **informations** sur vos **utilisateurs**. Si elles sont bien étudiées, ces informations peuvent donner des **indications** précieuses sur les **préférences** et les **intérêts** de vos **clients**. Les données obtenues peuvent être utilisées pour **améliorer vos produits**, **mieux commercialiser vos services** et **renforcer votre présence sociale**.



En tant que **Community Manager**, la BI peut être très utile. Les réseaux sociaux et les fora **génèrent** d'énormes volumes de données et sont donc bénéfiques pour **l'intelligence économique**.

Il est très simple de récupérer les données des communautés que vous gérez. Cependant, pour tirer parti, il est nécessaire de se fixer des **objectifs** pour décider du type de données et des **métriques de performance à surveiller**.





Suivi des sentiments en temps réel

Bien que l'acquisition de nouveaux clients coûte plus cher que la **fidélisation des clients existants**, la fidélisation des clients existants nécessite également un **suivi** constant. Ce que quelqu'un pense de votre marque aujourd'hui peut changer demain.

L'**analyse des sentiments** vous donne des informations exploitables.



Campagnes marketing organisées

Vous pouvez **évaluer vos campagnes marketing**. Ses résultats vous permettent d'agir sur les émotions de vos clients. Ces informations aident les entreprises à **améliorer leurs stratégies marketing**.

Par exemple, vous pouvez lancer une campagne spéciale pour les personnes qui souhaitent **acheter votre produit** et qui ont une **impression positive** de votre entreprise.



Veille d'image de marque

Le monde des affaires d'aujourd'hui est si concurrentiel qu'il est difficile de **maintenir votre image de marque**.

Vous pouvez utiliser l'exploration de sentiments pour déterminer comment les **clients perçoivent votre entreprise** et agir en conséquence.



Prouvez votre retour sur investissement

C'est l'une des **tâches** les plus **importantes** qu'un Community manager doit **entreprendre**.

Les données aident à prouver le retour sur investissement en donnant un **aperçu clair des taux de rétention, des mesures d'engagement et de l'activité des clients**.



6

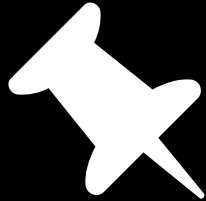
L'analyse des sentiments consiste à **identifier les émotions ou les sentiments par l'analyse textuelle et l'exploration**. On l'appelle aussi sondage d'opinion.



Il s'agit par exemple de **suivre les commentaires des abonnés** à votre page Facebook. Et d'identifier le **taux de réponse négatif** ou les clients ayant un **avis négatif**, ce sont vos **détracteurs**. Les approcher et résoudre leurs problèmes impliquent une bonne **fidélisation**.



7



Amusons-nous un peu à jouer au Community Manager... Mais avec une touche de data-driven!

On utilise les publications & les commentaires obtenus sur la page Facebook d'un opérateur téléphonique ivoirien : Abla



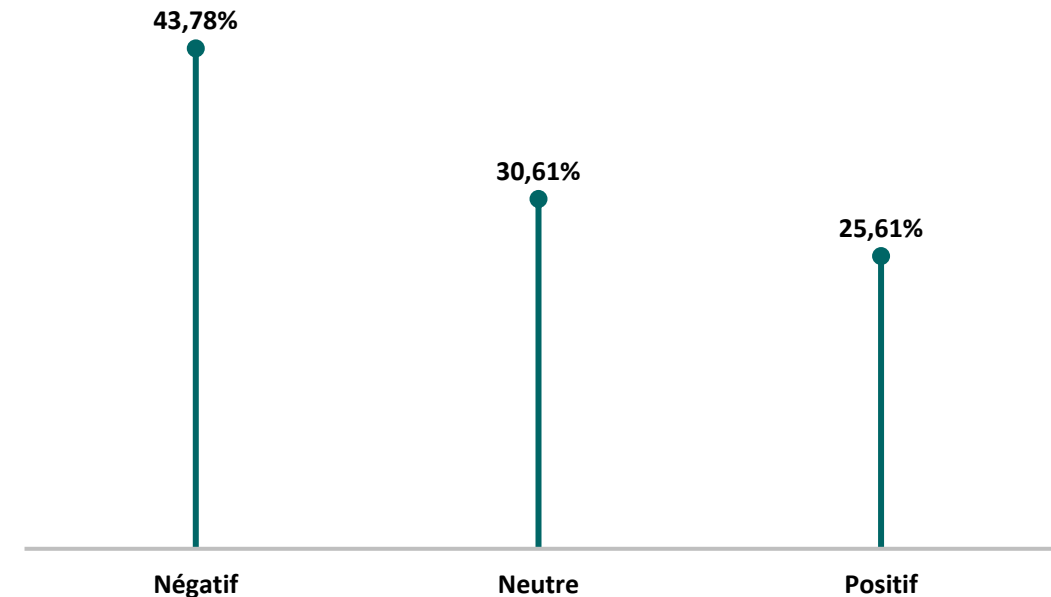
Près de la moitié des avis des internautes à l'endroit des services de Abila étaient de **type négatifs**.

Note : **Forte insatisfaction**



Que faire? : Identifier les commentaires qui relevaient de la négativité et les internautes en questions.

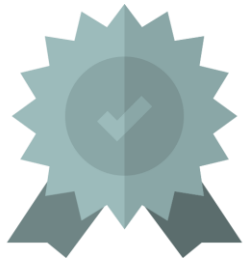
Un total de 2500
commentaires considérés
1^{er} Semestre 2022



On peut porter un regard sur les mots qui apparaissent le plus dans les commentaires. Ici, j'affiche seulement les 10 plus fréquents!

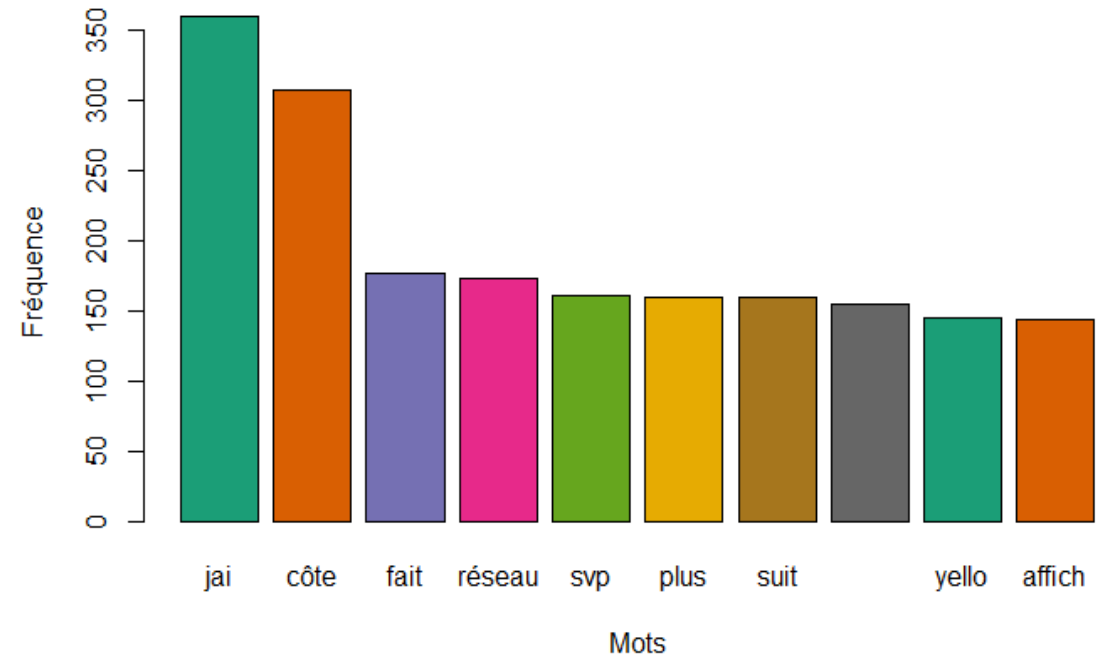
Cela pourrait donner une idée globale sur les services sur lesquels portent les avis : par exemple, ici le réseau.



Cela peut vous permettre de connaître le prix optimal par exemple pour un service



**Un total de 2500
commentaires considérés
1^{er} Semestre 2022**

Les mots les plus fréquents





Nuage de mots des commentaires de type négatif



11



Marketing B2B & B2C
Grand nombre de connexion

Pas d'attrait exclusif : Tout le monde est sur le site



Source d'informations instantanée. Accès aux icônes publiques.

Volume élevé de contenu qui se rafraîchit à grande vitesse.



Défilement facile sans beaucoup de texte et des liens minimaux. Des photos et des vidéos magnifiques et accrocheuses.

Moins d'engagement du public



Meilleur canal pour le marketing B2B. liens, des photos, des vidéos et des bulletins d'information.

Nombreuses fonctionnalités ne sont disponibles qu'avec un abonnement payant.

S O C I A L

M E D I A

T I P S



Ce contenu vous a été utile ?



Like



Comment



Share



Send



GANHOUNOUTO Joanes

Ingénieur Statisticien Economiste

ganhounoutoserge@gmail.com

