



Agence d'audit de données et de marketing d'influence

Quelques références



Notre coeur de métier

Smart Data

Nous basons nos analyses sur des données qualifiées, pertinentes et traçables.

Méthode

Nous construisons nos audits à partir d'une méthodologie qui allie expertise humaine et données à haute valeur ajoutée.

Accompagnement

Une équipe à votre écoute qui répond à vos besoins afin de vous proposer une solution sur-mesure.

Audit et Conseil

La déontologie et l'éthique sont au coeur de notre métier d'auditeur.

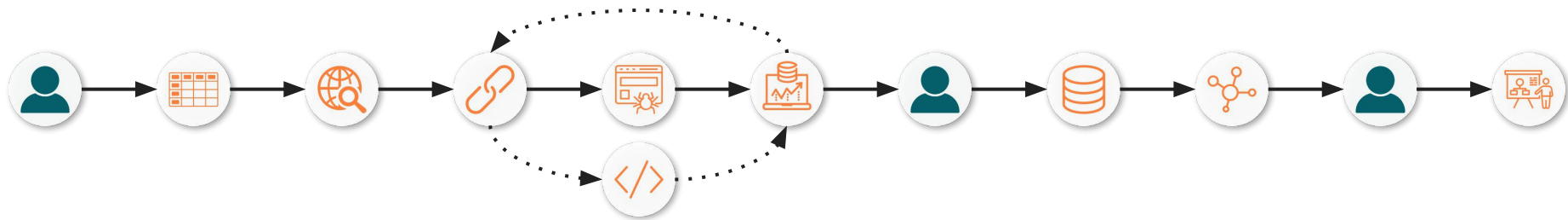
Innovation

Une méthodologie d'audit innovante et objective basée sur des data facts.

Co-construction

Nous réalisons nos audits en collaboration avec nos clients afin de répondre au mieux à leurs besoins.

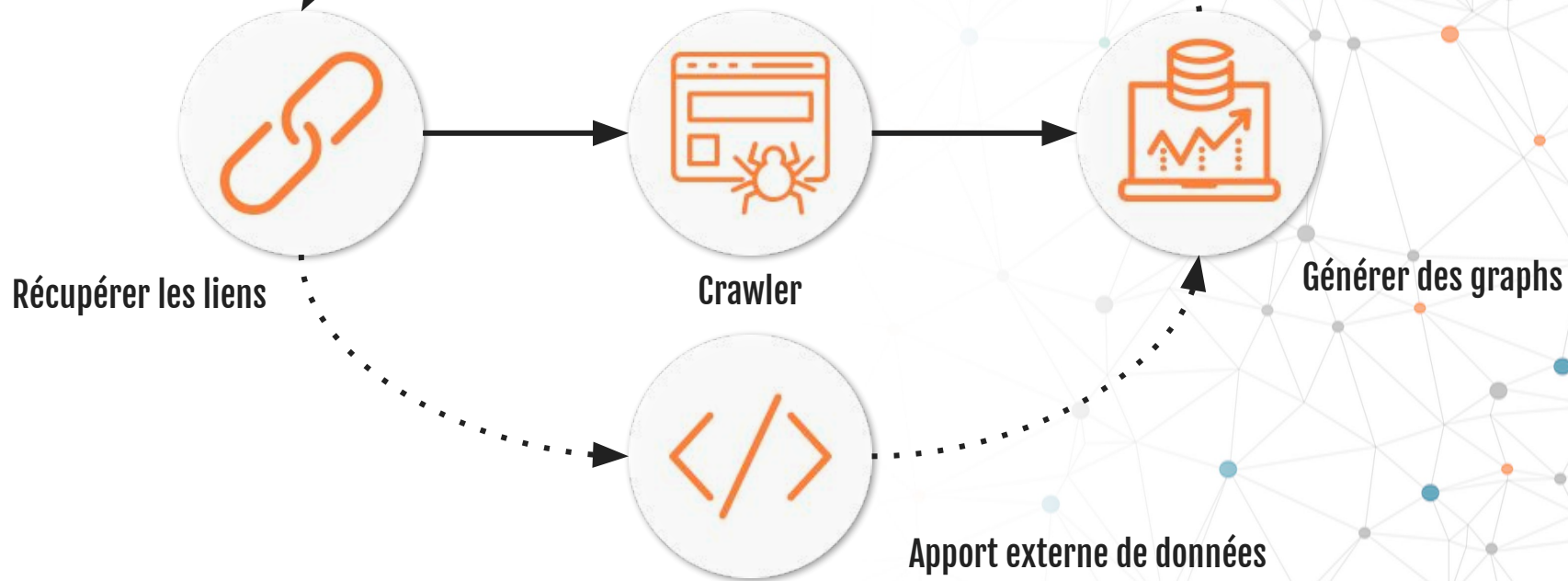
Notre process



Notre process



Notre process



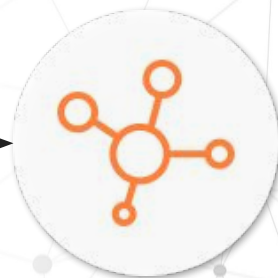
Notre process



Nettoyer

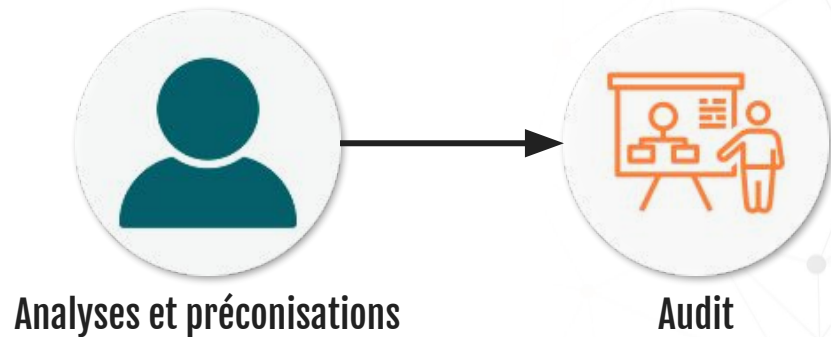


**Obtenir des données
qualifiées**



Spatialiser

Notre process



L'audit de données

Levier de décisions stratégiques



Comprendre

le web d'influence, les communautés et les concurrents



Piloter

vos actions marketing par la donnée : data driven



Mettre en perspective

l'ensemble des données du web



Publier

de l'information qualifiée

L'audit de données

Optimisation de vos budgets



Optimiser

l'efficacité publicitaire et
les placements médias



Mieux dépenser

en se concentrant sur des
actions ciblées



Hierarchiser

les objectifs stratégiques
pour optimiser les leviers
marketing



Evaluer

l'impact de vos
campagnes publicitaires
territoriales

L'audit de données

Analyse des tendances Web



Réorganiser
vos plans d'actions



Redéfinir
votre ligne éditoriale en
adéquation avec les attentes
réelles de vos fans



Optimiser
votre référencement
sur le web



Fidéliser
les fans et les convertir en
ambassadeurs de marque

Notre méthodologie

1

Contexte et Méthodologie

Analyser votre écosystème
Répondre aux problématiques

2

Cartographie sémantique

Cartographie de vos mots clés
Travailler votre discours

3

Cartographie du marché

Connaître les acteurs
Déterminer l'influence du marché

4

Analyse des comportements

Légitimer les données spatialisées

5

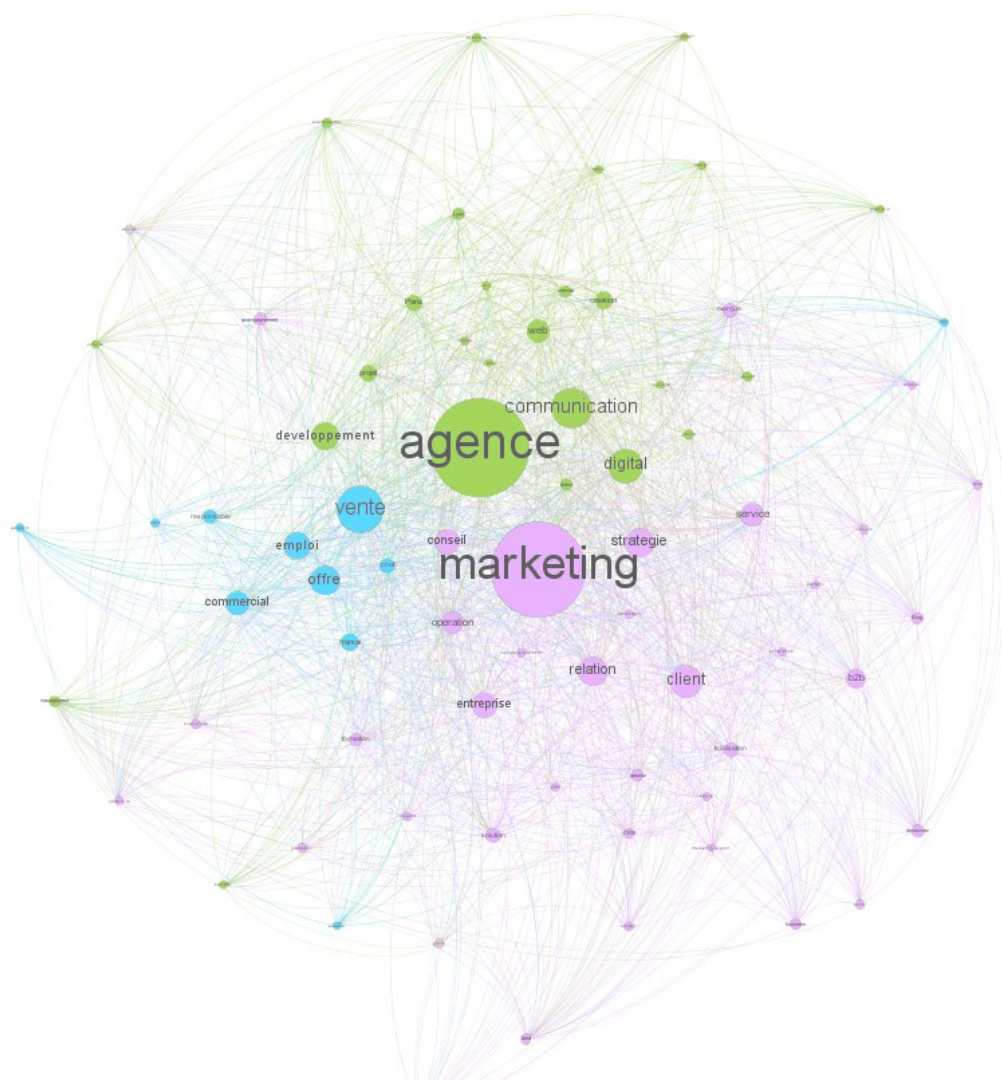
Préconisations

Répondre à vos objectifs

Etude de cas

Cartographie sémantique

Spécialiste installations électriques et infrastructures



Notre réponse

Etude de cas

Besoins

Repérer les différents discours et hashtags

Mieux **communiquer** pour améliorer sa visibilité

Optimiser la structure sémantique d'une landing page

Répondre aux attentes de l'audience

Détecter les signaux faibles



Réponse de First Link

Cartographie des discours sur le Web

Identification des mots-clés et hashtags influents

Analyse des différents discours utilisés par les acteurs du web

Hiérarchisations des mots clés pour la structure sémantique

Ultra personnalisation des messages

Etude de cas

Cartographie de marché d'influence

Laboratoire pharmaceutique
vétérinaire mondial

Notre réponse

Cartographie de marché d'influence

Besoins

Repérer, répartir et classer les acteurs influents

Détecter les influenceurs positifs et négatifs afin d'éviter les badbuzz

Hiérarchiser les objectifs stratégiques

Optimiser sa stratégie de netlinking pour son nouveau site web

Mettre en place une veille stratégique sur les concurrents



Réponse de First Link

Cartographie des acteurs du marché

Détections des communautés et clusters d'intérêts

Identification et qualification des influenceurs

Analyse des signaux faibles et grandes tendances

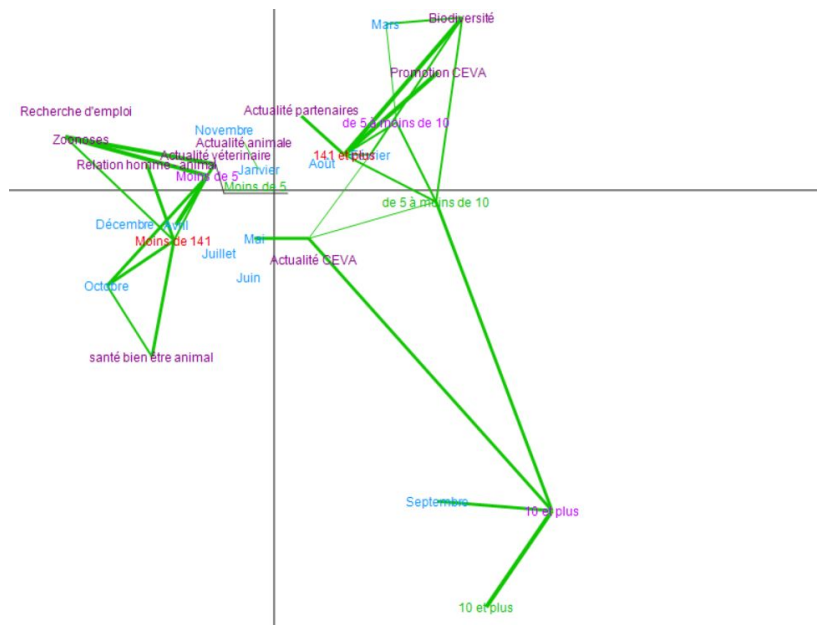
Analyse en plusieurs langues (Fr, Eng, Esp, Ita)

Etude de cas

Analyse des comportements

Chambre consulaire – droit de l'environnement

	Moins de 25		de 25 à moins de 45		de 45 à moins de 65		65 et plus		Total	
	Eff.	PEM	Eff.	PEM	Eff.	PEM	Eff.	PEM	Eff.	PEM
Annuaire							2		2	
Associations	1		7	32%	4		1	-68%	13	
Blogs	1			-83%	1		9	64%	11	
CCI			18	66%	4		2	-77%	24	
Entreprises	17	23%	44		49		31	-40%	141	
Gouvernement		-100%	19		34		42		95	
Service Public	5		21	14%	22		10	-53%	58	
Médias	6		24	-33%	25	-41%	82	37%	137	
ONG	12	18%	23		22		24		81	
Université	1	-82%	12	-43%	37	22%	31		81	
Total	43		168		198		234		643	



Notre réponse

Analyse des comportements

Besoins

Vendre une offre de formation qualifiée

Analyser l'offre de formation des concurrents

Détecter les meilleurs relais et prescripteurs

Optimiser les budgets de communication et marketing



Réponse de First Link

Classement des mots-clés et discours

Identification des acteurs et relais d'influence

Analyse factorielle et multivariée

Hiérarchisation des leviers de communication

Comprendre les comportements des acteurs du marché



BORDEAUX - PARIS - BRISTOL

AGENCE D'AUDIT DE DONNÉES
ET DE MARKETING D'INFLUENCE

2, Place de la Bourse
33000 BORDEAUX

Ce document et les photos qui y sont
associés sont la propriété de
©First Link, 2019