

INDEX DE RÉPUTATION[©] DES CONSTRUCTEURS AUTOMOBILES

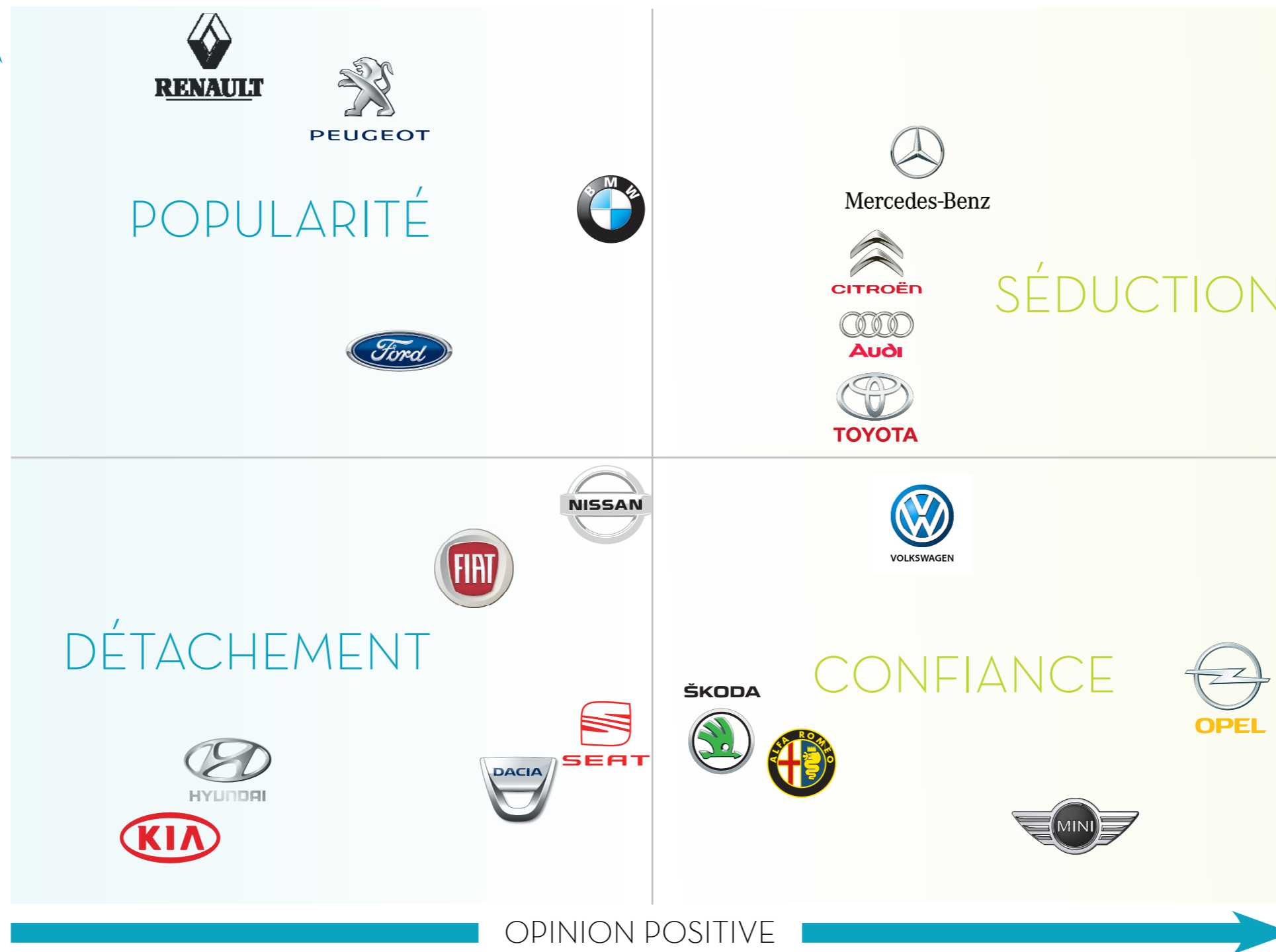
POPULARITÉ

Cette zone abrite les marques qui bénéficient d'une forte exposition, au travers des médias mais aussi des réseaux sociaux. Toutefois elles recueillent une opinion moins positive que la moyenne des autres constructeurs.

DÉTACHEMENT

Les constructeurs présents dans la zone de détachement sont ceux dont les médias parlent le moins par rapport à leurs concurrents. Ces marques suscitent moins l'attachement des internautes et des médias.

EXPOSITION MÉDIATIQUE



SÉDUCTION

Cette zone représente le Graal des constructeurs. Appréciables et séduisantes à la fois, ces marques font rêver les consommateurs autant que les médias. L'opinion que les médias et les internautes ont de ces marques reste positive et leur visibilité médiatique forte.

CONFIANCE

Les constructeurs présents dans cette zone sont moins exposés médiatiquement que la moyenne. Ces marques s'avèrent plus discrètes que leurs concurrentes mais remportent l'adhésion des médias qui relaient leurs discours positifs.

L'INDEX DE RÉPUTATION[©] est l'unique outil d'aide à la décision permettant de positionner une marque dans son contexte de marché et de concurrence spécifique. Cet indicateur permet de consolider les différentes composantes de la réputation d'une entreprise et est un véritable levier pour actionner des plans de communication au service du business. Il positionne les marques selon deux axes : l'exposition médiatique et l'opinion.

L'EXPOSITION MÉDIATIQUE est une donnée quantitative qui indique le nombre d'individus exposés à une marque dans les médias et sur le web sur la période du 1er janvier au 15 septembre 2014. L'exposition médiatique d'une marque est obtenue en pondérant l'audience du support par les facteurs qui impactent le comportement des lecteurs. Cette méthodologie neutre et incontestable permet d'attribuer à chaque retombée médiatique un nombre d'individus exposés par la marque.

L'OPINION est une donnée qualitative mesurée en attribuant une tonalité à chacune des occurrences rédactionnelles dans les médias et sur le web selon 5 degrés de tonalité : très positif, positif, neutre, négatif, très négatif.