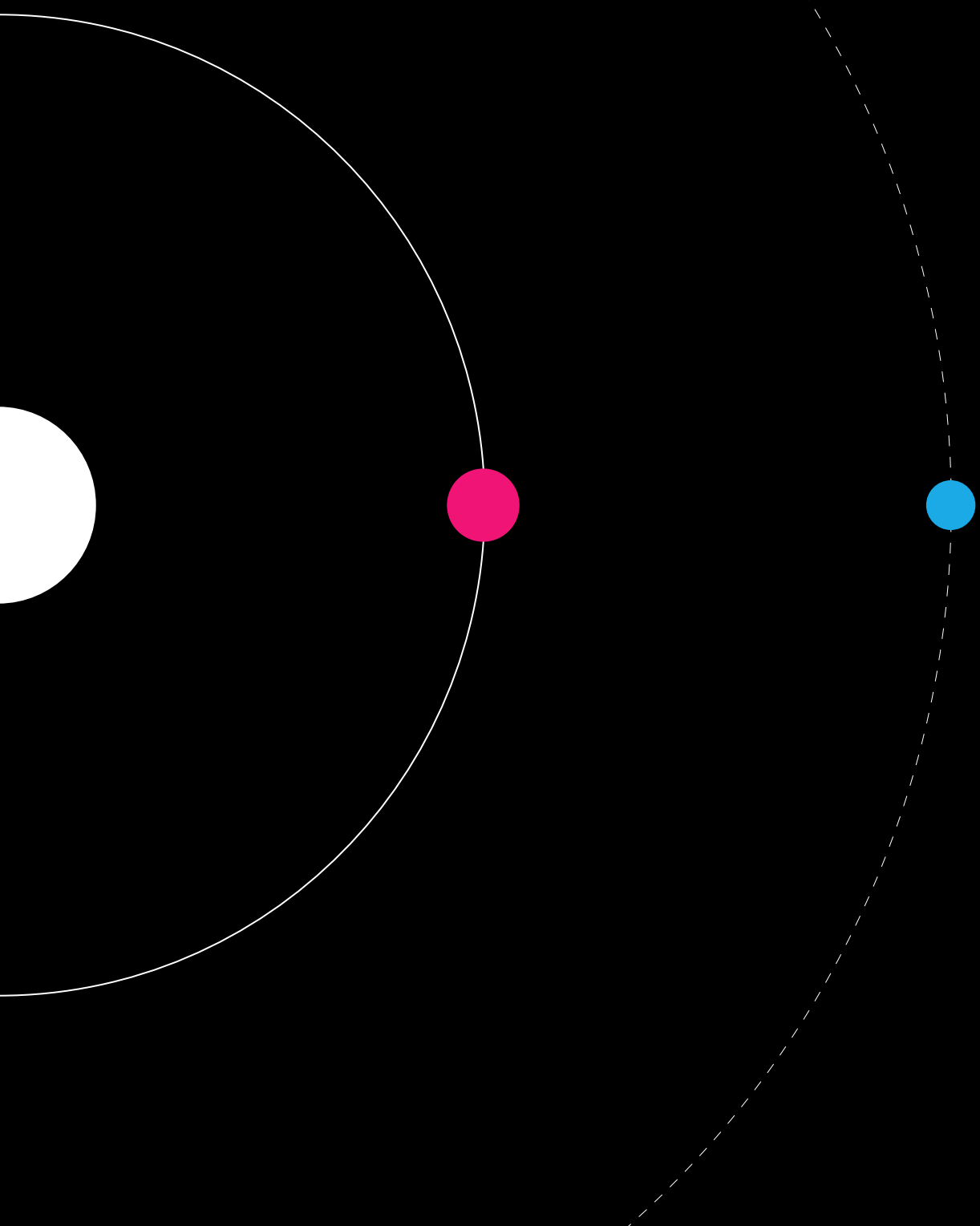


Interbrand Index d'attractivité digitale 2017



Powered by



En partenariat avec



L'INDEX INTERBRAND D'ATTRACTIVITÉ DIGITALE DES MARQUES

La transformation digitale a profondément bouleversé les marques et a amené nombre d'entre elles à réinventer leur expérience clients, leur communication, voire leur métier.

Le digital, en multipliant les points d'interaction entre la marque et ses audiences impacte de manière directe les fondamentaux de sa compétitivité et sa capacité à générer de la croissance.

Les marques fortes sont celles qui performant sur 10 critères selon l'approche Interbrand et tous sont impactés par le digital.

Au delà de l'Engagement et de la Présence, qui apparaissent comme évidents, l'Authenticité de la marque, sa Pertinence, sa capacité à se Différencier, sa Réactivité, et surtout sa Cohérence se construisent aujourd'hui essentiellement sur le digital.

Nous avons donc souhaité observer le potentiel d'impact digital des marques en France en créant avec notre partenaire, la start-up GRAVT la première édition de l'Index d'Attractivité Digitale des Marques.







À la différence de la plupart des outils existants, cet index repose sur le traitement de multiples sources de données quantitatives, qui permettent d'évaluer l'attraction digitale de la marque par rapport aux autres marques de son univers concurrentiel.

10 CRITÈRES DE LA FORCE DES MARQUES D'INTERBRAND

Critères internes

-  Clarté
-  Engagement interne
-  Gouvernance
-  Réactivité

Critères externes

-  Authenticité
-  Pertinence
-  Différenciation
-  Cohérence
-  Présence
-  Engagement externe

METHODOLOGIE

Pour constituer notre panel, nous avons utilisé les données Kantar Média et sélectionné les 10 marques qui investissent le plus en média dans un secteur donné.

Pour cette première édition, nous avons étudié 8 secteurs : alimentation, automobile, banque assurance, cosmétiques, distribution généraliste, énergie, habillement et télécommunication. Tous les secteurs ne sont donc pas représentés, certains auront vocation à être intégrés dans les prochaines éditions du classement. Notre outil permet d'actualiser en permanence les données relatives à chaque univers concurrentiel. Les données ont été recueillies sur 6 mois de manière à lisser les effets de saisonnalité.

L'index est quantitatif.

Notre outil recueille les données brutes issues des API des différentes plateformes digitales pour informer le niveau de reach social, d'engagement et de visibilité de la marque, qui sont ensuite agrégés en un score d'attractivité digitale.

L'index est comparatif.

Pour calculer un score, chaque marque est comparée aux autres marques de son univers. Par définition, la moyenne dans un univers donné est un score de 100. Donc une marque qui score au-dessus de 100 surperforme son univers de référence.



Reach social

L'audience des contenus produits sur les principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Youtube, Google+, Instagram, Pinterest, Tumblr). C'est l'audience potentielle activable par la marque, non dé-dupliquée.



Engagement

Mesure le nombre d'interactions (partage, commentaire, etc.) entre la marque et ses publics sur les réseaux sociaux.

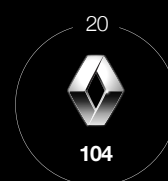
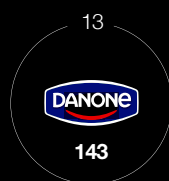
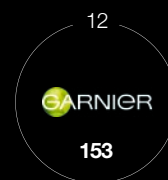


Visibilité :

Mesure la présence de la marque dans le moteur de recherche Google, le nombre de visites sur le site de la marque et le nombre de liens qui pointent vers lui.

Le classement

LES LAURÉATS 2017 TOUS SECTEURS CONFONDUS



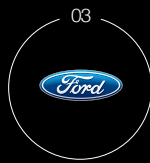
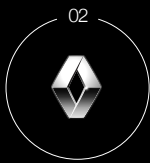
**LES LAURÉATS 2017
TOP 3 PAR SECTEUR**



Alimentation



Énergie



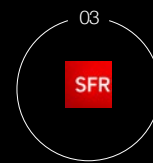
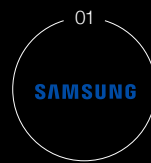
Automobile



Habillement



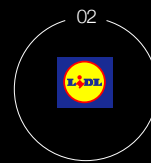
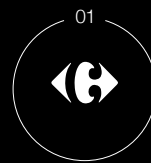
Banque assurance



Télécommunications



Cosmétiques



Distribution généraliste

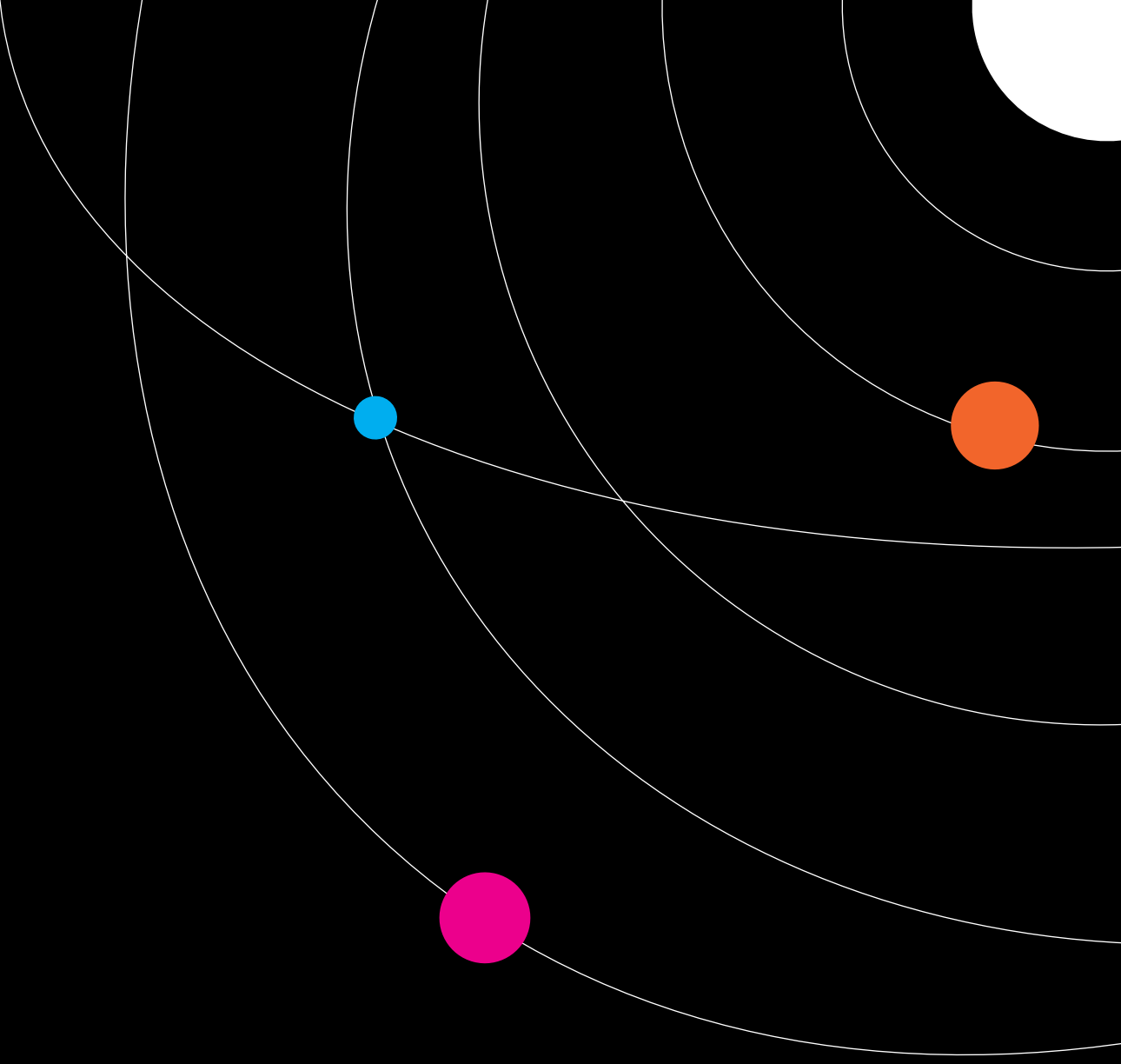
Interbrand

Interbrand est l'un des leaders mondiaux du conseil en stratégie de marque. Interbrand combine l'approche business d'un cabinet de conseil et l'excellence créative d'une agence de communication au service de la performance économique des marques.

À travers ses 21 bureaux dans 17 pays, les 1 200 brand consultants d'Interbrand accompagnent les plus grandes entreprises, institutions et startups dans leur enjeux de stratégie de marque, expérience client et activation.

Avec son classement Best Global Brands, qui calcule chaque année la valorisation des 100 premières marques au monde, Interbrand est la référence mondiale en valorisation de marque.

À Paris, Interbrand génère de la croissance pour les marques leader dans leur secteur, parmi lesquelles Renault, Axa, Sigfox et EDF. Interbrand est l'agence de brand consulting du groupe Omnicom.





**CONTACTEZ-NOUS
POUR EN SAVOIR PLUS**

Jeremie Feinblatt

Directeur New Business
jeremie.feinblatt@interbrand.com
M+33 (0)6 70 32 18 39

Véronique Rheims

Directrice Executive Stratégies
veronique.rheims@interbrand.com
M+33 (0)6 22 73 75 79

paris@interbrand.com
www.interbrand.com/fr