



ANALYSE INPUT-OUTPUT
COMMUNIQUER ET EXAMINER

ANALYSE INPUT-OUTPUT

L'analyse Input-Output montre si – et dans quelle mesure – les informations que l'entreprise a transmises aux médias ont été correctement restituées, et quelles actions de communication et de marketing ont abouti à quel article.

Cette analyse a pour objectif de distinguer les articles dont la parution dans les médias a été initiée par l'entreprise elle-même (initiative propre) de ceux qui ont été publiés à l'initiative des journalistes (initiative tierce), et d'attribuer les articles parus à l'initiative de l'entreprise aux différentes actions menées à cet effet (communiqué de presse, conférence de presse, étude, interview, etc.). L'entreprise peut ainsi évaluer l'effi-

cacité médiatique de ses diverses actions et en faire une comparaison. Par ailleurs, l'analyse montre quels médias et quels journalistes ont parlé de l'entreprise, à quelle fréquence et sous quelle forme.

ARGUS passe en revue tous les articles parus dans les médias et différencie ceux qui ont été initiés par l'entreprise de ceux qui ont été publiés à l'initiative des journalistes. Interviennent ensuite le classement selon les différentes sources et actions, ainsi que l'évaluation en fonction des journalistes et des médias. Dans un troisième temps, ARGUS procède à une évaluation des articles, ce qui a pour avantage d'apporter un point de vue impartial et indépendant.

Actions médias

3^e trimestre 2004

Nombre d'articles publiés suite aux actions médias

Date	Abréviation	Action	Articles
01.10.2004	A	Conférence de presse	22
05.10.2004	B	Etude publiée: marché de l'automobile UE	10
20.10.2004	C	Présentation du bilan annuel	19
29.10.2004	D	Communiqué de presse: nomination de nouveau CEO	22
05.11.2004	E	Entretien avec les médias	1
14.11.2004	F	Communiqué de presse: lancement d'un produit	15
Total			89

Nombre d'articles publiés par action médias, avec évaluation

Action	Positif	Neutre	Négatif	Total
A	5	15	2	22
B	8	2	0	10
C	10	4	5	19
D	8	12	2	22
E	1	0	0	1
F	7	5	3	15
Total	39	38	12	89

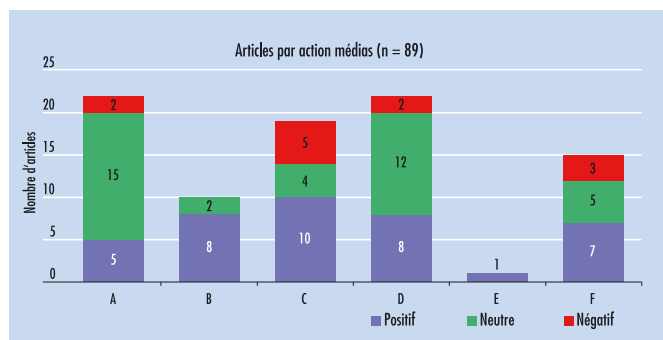


Figure: graphique d'une Analyse Input-Output

Initiative propre ou tierce

ARGUS détermine si les articles parus ont été rédigés par l'entreprise (initiative propre) ou par un journaliste qui a fait lui-même des recherches.

Types d'articles

La détermination du type d'article repose sur la forme rédactionnelle (p. ex. interview, commentaire, courrier d'un lecteur). L'article analysé est classé dans un type d'articles.

Actions

Les articles sont souvent le résultat d'une série d'actions diverses de l'entreprise. L'analyse de ces actions pose la question de l'efficacité de chacune de ces actions. Pour y répondre, les articles sont attribués à l'action qui est à leur source (communiqué de presse, conférence de presse, dépêche d'agence, article spécialisé, etc.).

Restitution correcte

Un porte-parole de l'entreprise a-t-il été cité nommément? L'article reprend-il une citation tirée d'une conférence de presse? Le communiqué envoyé à la presse a-t-il été restitué correctement et dans son intégralité? Les faits sont-ils décrits avec justesse? C'est à toutes ces questions que répond l'analyse.

Messages-clefs

Les communiqués de presse ou les autres actions médias doivent véhiculer certains messages-clefs. Quels sont les médias qui retransmettent le plus souvent ces messages?

Journalistes

Quels sont les journalistes qui ont écrit le plus souvent des articles sur l'entreprise, avec quel point de vue? Avec quelle exactitude et quelle rigueur les journalistes rapportent-ils les faits?

Choix des articles

La sélection des articles résulte de la surveillance permanente des médias.

Limitation de la sphère des médias

Si le nombre d'articles est trop élevé, il est possible de limiter la sphère des médias que l'analyse doit prendre en considération.

Evaluation

L'évaluation des articles ou des citations isolées du sponsor se fait soit du point de vue objectif du lecteur (chez ARGUS), soit selon les instructions du client. Dans le second cas, l'évaluation peut se faire en fonction des intérêts stratégiques, tels que les groupes-cibles recherchés.

Tableaux et graphiques

Les résultats de l'analyse sont présentés sous forme de tableaux et de graphiques qui offrent une vue d'ensemble immédiate sans se perdre dans les détails.

Tableau des données

Le tableau des données indique tous les critères pris en compte pour chaque article, ce qui permet de retracer facilement et en toute transparence l'origine des résultats.

Ponctuel ou périodique

Dès qu'un sujet ou un événement est clos, l'analyse Input-Output fournit de précieuses informations sous la forme d'une post-évaluation unique. Toutefois, il est infiniment plus intéressant d'effectuer des analyses mensuelles ou trimestrielles, car elles permettent de réagir plus rapidement aux articles indésirables ou inexacts.



Traduction dans une langue définie par le Groupe

De nos jours, les rapports doivent être de plus en plus souvent rédigés dans une langue définie par le Groupe. Ses collaborateurs de langue étrangère veulent être tenus informés. C'est la raison pour laquelle ARGUS traduit les analyses en différentes langues, indépendamment de la langue dans laquelle sont rédigés les articles.

Layout individuel

Sur demande, le Corporate Design du client est respecté. La page de couverture, les tableaux et les graphiques peuvent être présentés selon les exigences individuelles.

Impression sur papier et fichier pdf

L'analyse est livrée sous forme imprimée et en fichier pdf.

Combinaison avec d'autres analyses

L'analyse Input-Output peut être complétée par des critères supplémentaires issus d'autres types d'analyse.

