

PILOTAGE DE LA PERFORMANCE ENTREPRISES ET MÉDIAS

36 indicateurs clés pour piloter la communication



ENGAGEMENT

Taux de présence
participation de l'interne,
nombre de journalistes
présents / nombre
de journalistes invités

@ **Indicateurs d'usage réel de l'intranet**
taux de pénétration de l'intranet + profondeur visites



Nombre de communautés actives sur le Réseau Social de l'Entreprise

Quantification et qualification des visiteurs présents événements / salons

SCORE D'ENGAGEMENT RÉSEAUX SOCIAUX
DONT FOCUS SUR LES INFLUENCEURS

Provenance de l'audience digital propriétaire



NPS INTERNE

DÉTRACTEURS

PASSIFS PROMOTEURS



BUSINESS

Indicateurs de référencement
classement du site sur les moteurs de recherche

Quantification et qualification des visiteurs présents événements / salons

Nombre d'opérations médias sur des sujets business

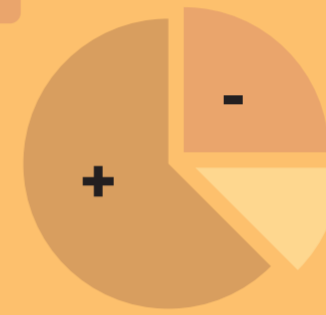
COÛT AU CONTACT

NPS CLIENTS



Part de voix médiatique sur les sujets business

GRP



Nombre d'achats / de souscriptions

VENTILATION DES MESSAGES ÉMIS CONCERNANT LE BUSINESS

TAUX DE TRANSFORMATION
DONT NOMBRE DE LEADS GÉNÉRÉS

Equivalent publicitaire



RÉPUTATION

Classement / awards



VENTILATION DES MESSAGES ÉMIS CONCERNANT L'IMAGE

TAUX DE PRÉSENCE DES MESSAGES CLÉS
DANS LES MÉDIAS ET RÉSEAUX SOCIAUX

Taux de confiance



Part de voix médiatique et réseaux sociaux

TENEUR DES ARTICLES ET LEURS AUDIENCES



ATTRIBUTS D'IMAGE

Nombre d'opérations médias



TAUX DE NOTORIÉTÉ

MANAGEMENT DES RISQUES

Nombre de messages négatifs et leur portée



Indicateurs Responsabilité Sociétale de l'Entreprise

Volume des réclamations

Taux de présence des anti-messages dans les médias et réseaux sociaux

RETOMBÉES PROACTIVES VS. RÉACTIVES



Indicateurs RH de QVT et de RPS ex : taux d'absentéisme, accidentologie...



TENEUR DES ARTICLES ET LEURS AUDIENCES



Poids des contenus négatifs diffusés par les influenceurs cartographie d'influenceurs

Taux de confiance auprès des publics externes (actionnaires, partenaires, clients) et collaborateurs