

BigFish :

Explorez en profondeur les conversations du web pour y trouver les plus précieux insights

Paris, le 31 mars 2016 – **La compréhension des conversations sociales et leur représentation intelligible permettent un réel enrichissement des études qu'Ipsos mène au quotidien. En choisissant BigFish, la dernière-née des technologies de la data company Weborama, Ipsos offre ainsi aux marques le meilleur service d'analyse dynamique des données sociales et sémantiques.**



LA DIGITALISATION GÉNÉRALISÉE IMPACTE FORTEMENT LE MONDE DE LA PUBLICITÉ

Le digital a complètement bouleversé la relation marques / consommateurs. D'une part, la fragmentation des audiences à travers différents écrans conduit les marques à construire de véritables « écosystèmes » et à ne plus se contenter des formats publicitaires classiques pour s'adresser à leurs cibles. D'autre part, les réseaux sociaux augmentent le pouvoir des consommateurs sur les marques et accélèrent la vitesse de leurs conversations.

Toutes les traces laissées sur le web par les marques et les individus sont une source intarissable et très réactive d'insights, donnant accès à de nouveaux champs de compréhension de la consommation. Le développement de nouveaux outils technologiques, à la fois puissants et rapides, pour accéder à ces données, les agréger et les rendre intelligibles est donc aujourd'hui une nécessité.

IPSOS SOUHAITE APPORTER UN NOUVEL ÉCLAIRAGE À SES ÉTUDES GRÂCE À LA DATA

Ipsos propose ainsi une offre unique et complète qui s'appuie sur la technologie BigFish de Weborama. BigFish est une nouvelle solution d'analyse sémantique du web, qui dessine en temps réel le territoire numérique d'une marque. BigFish collecte une quantité massive et structurée de données qui, une fois traitées et analysée par Ipsos, contextualisent les résultats d'enquêtes, complètent leurs enseignements et détectent des thématiques parfois insoupçonnées.

BIGFISH, UN CONCENTRÉ DE DATA SCIENCE POUR PLONGER À LA DÉCOUVERTE D'UNE MARQUE

BigFish, grâce à sa technologie de « clusterisation » totalement sur-mesure pour les marques, va notamment permettre à Ipsos d'analyser des groupes comportementaux homogènes, à partir des conversations sociales étudiées dans le temps, et suivre l'évolution des écosystèmes pour donner un relief inédit aux usages et aux environnements concurrentiels propres à une marque.

Ces analyses apportent des réponses aux questions qui ne sont pas posées. Elles font émerger des signaux faibles et procurent une compréhension complète et opérationnelle du territoire d'expression de la marque et de son marché, tels qu'ils s'expriment sur le corpus choisi, par exemple Twitter. En cela, elles élargissent considérablement le spectre d'investigation et vont à l'encontre d'idées préconçues pour révéler de nouveaux enjeux.

IPSOS & WEBORAMA, AU SERVICE D'UN MARKETING RÉSOLUMENT *CLIENT-CENTRIC*

Avec BigFish de Weborama, Ipsos intègre désormais à ses analyses, de manière structurée, les apports du web social et de l'analyse sémantique. Les études d'Ipsos sont ainsi plus directement connectées aux communautés concernées par la marque, et plus directement nourries par les data qu'elles produisent en temps réel.

« Nous sommes très heureux de ce partenariat stratégique avec Weborama, acteur Français de référence dans l'univers de la data. Grâce à BigFish, les analyses opérées par Ipsos pour comprendre l'équité d'une marque et sa sensibilité aux effets de la communication publicitaire entrent dans une nouvelle ère, celle de la data. Ipsos renforce ainsi sa position d'« intégrateur » innovant, en complétant le recueil classique de données déclaratives, par la collecte massive, instantanée et structurée de toutes les traces sémantiques associées à une marque sur le web »

Bruno Schmutz – Directeur général adjoint France, Ipsos Connect

« Nous sommes particulièrement fiers d'avoir été choisis par Ipsos pour un projet d'envergure. Ce partenariat avec le leader des études arrive au bon moment car les acteurs du marketing des plus grandes marques sont tout à fait mûrs au regard de l'apport de la data dans la transformation des entreprises. Avec Ipsos, nous en serons les alliés ».

Laurence Bonicalzi Bridier – Directrice Générale France, Weborama

À propos d'Ipsos en France

Leader des études en France et expert du comportement des consommateurs, des citoyens et des salariés, Ipsos intervient dans tous les secteurs d'activités. Nos experts accompagnent annonceurs, décideurs et institutions dans leurs stratégies marketing, leurs problématiques RH, leur positionnement de communication et leurs enjeux d'opinion depuis 1975.

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société. Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation. Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques. Nous sommes Game Changers.

Toute l'actualité Ipsos : www.ipsos.fr



Contact expert : Bruno Schmutz - Directeur Général Adjoint France, Ipsos Connect (Bruno.Schmutz@ipsos.com)

Contact presse : HOPSCOTCH – Ariane Gateau (agateau@hopscotch.fr) - 01 58 65 10 72)

À propos de Weborama

Cotée à Paris sur Alternext (Alweb), opérant dans une trentaine de pays à travers huit bureaux - Paris, Londres, Moscou, Mexico, Amsterdam, Madrid, Milan, Lisbonne – et forte de 220 collaboratrices et collaborateurs, Weborama est une "data company" de nationalité française leader en Europe. Weborama accompagne les stratégies marketing générales (data strategy) et notamment de communication digitale (data advertising), des entreprises qui se transforment et souhaitent placer la data au cœur de leur activité, quel que soit le secteur économique concerné. Weborama met au service de ses clients :

1/ un patrimoine data exclusif de 500 millions de profils qualifiés (third party) actifs dans 10 pays, qui permet la mise en œuvre immédiate de stratégies de conquête de business par la data,

2/ une plateforme de technologies exclusives au service de la stratégie : WAM (DMP, datamanagement platform), WCM (adserving) et WAI (analytics),

3/ une équipe experte de la data depuis plus de 15 ans – linguistes, analystes, data scientists, ingénieurs...- prodiguant conseil stratégique et accompagnement humain des entreprises dans leurs démarches data, avec pour philosophie l'empowerment des équipes de nos clients afin de leur transférer tout le savoir-faire data et la maîtrise des outils technologiques et des interfaces,

4/ une expérience des règles de gouvernance éthique que toute entreprise engagée dans une stratégie data globale doit adopter.

Weborama a reçu le label Entreprise Innovante de la BPI et bénéficie de la meilleure cotation Banque de France E3++. Weborama est également Organisme de Recherche et de Formation agréé.

www.weborama.com

Contact communication: Frédéric Olivennes - folivennes@weborma.com - 01.53.19.20.92