

Marques : quels sont les nouveaux leaders d'opinion* ?

INDUSTRIE PHARMACEUTIQUE

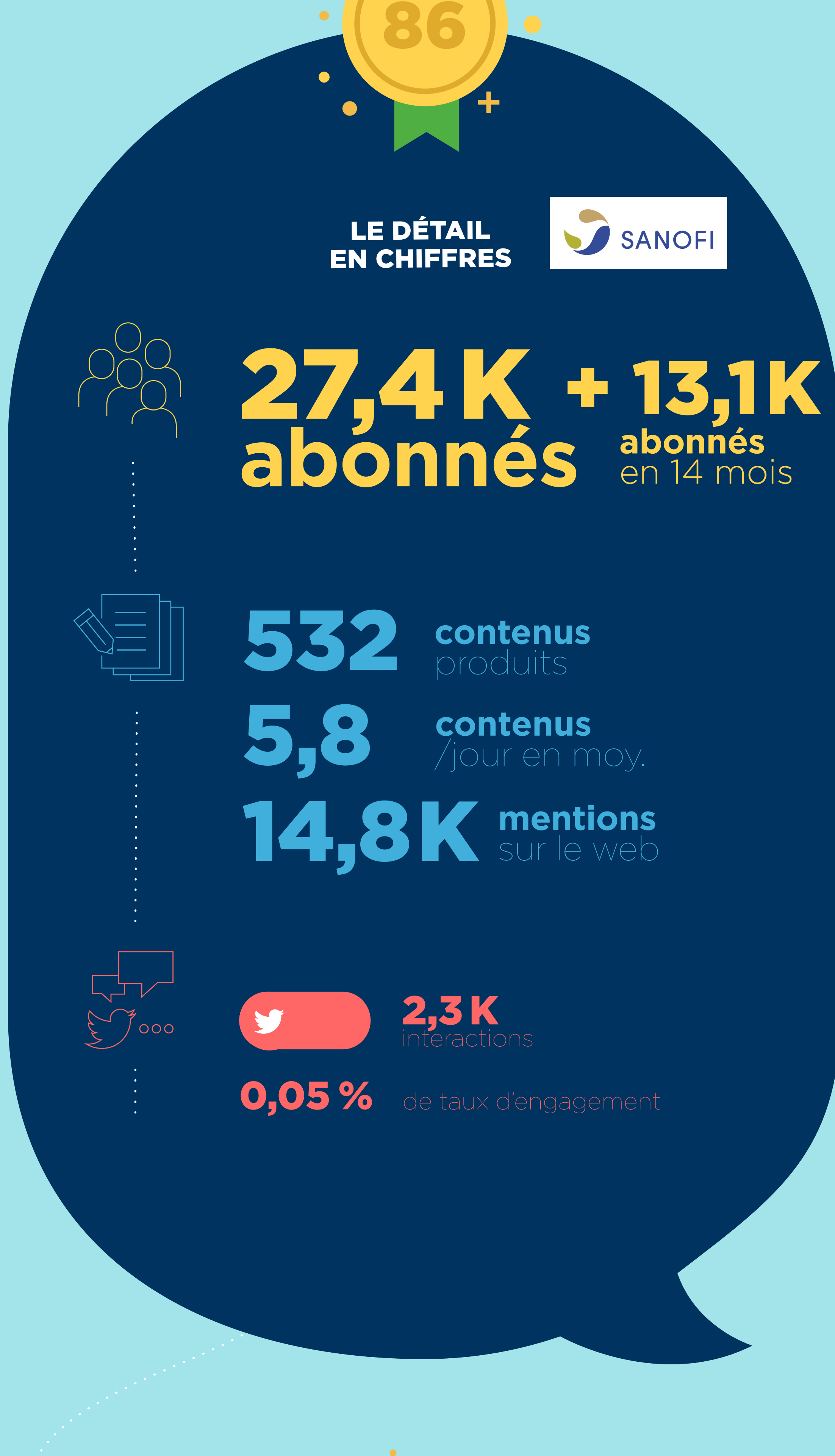


* Un leader d'opinion est une entité perçue comme experte, capable de collecter et de diffuser de l'information à la communauté ou au réseau dans lequel elle s'inscrit. Cette information doit permettre aux publics de se construire une opinion sur un sujet donné. Elle doit aussi renforcer à ses yeux la crédibilité du leader qui se positionne alors comme une ressource fiable.

** Note sur 100.

DÉCRYPTAGE

Sanofi, Pfizer et Roche obtiennent la note la plus élevée. Ces marques démontrent une forte capacité à **développer leur communauté digitale**, à **se rendre visible** sur le web et les réseaux sociaux et à **susciter l'engagement**.



LES CHAMPIONS DE LA RELATION

1



2



3



Ces marques se distinguent par leur capacité à **entretenir une relation de proximité** avec leur communauté.

LES CHAMPIONS DE L'EXPRESSION

1



2



3



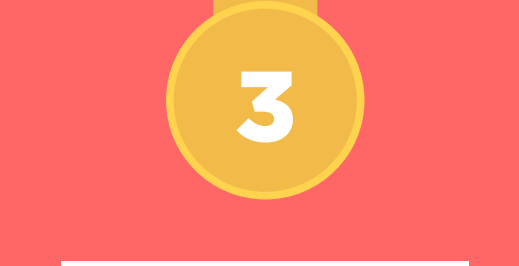
Ces marques se distinguent par leur capacité à **occuper l'espace d'expression** sur le web et les réseaux sociaux.

LES CHAMPIONS DE L'ENGAGEMENT

1



2



3



Ces marques se distinguent par leur capacité à **produire des contenus qui font réagir** et à propager l'information.

Baromètre complet et détaillé par indicateur et par marque, disponible sur demande.

barometre.agence-ultramedia.com

Ce baromètre a été réalisé par Ultramedia.

Méthode : Ultramedia a collecté et traité plusieurs millions de données issues du web et des réseaux sociaux de chacune des marques, données obtenues avec la plateforme Brandwatch Analytics. Ces données ont été classées et analysées à travers le prisme de 8 indicateurs permettant d'apprécier trois principaux attributs de la marque : son pouvoir relationnel, son pouvoir d'expression, son pouvoir d'engagement. **Périmètre :** Les 7 plus grands groupes pharmaceutiques mondiaux présents en France, selon le classement IMS Health, bénéficiant de comptes sociaux actifs. **Supports :** Comptes sociaux corporate France hors Fondation (Twitter). Sites médias, blogs, forums, réseaux sociaux. **Période :** Données consolidées du 01/04/19 AU 30/06/19.