

Visibrain : la tour d'observation des médias en ligne via Twitter

Hélène Hudry

Créé en 2011, Visibrain se présente comme une plateforme de veille de médias en ligne. Sa particularité est qu'elle s'appuie sur Twitter uniquement pour pouvoir surveiller l'ensemble des médias et des blogs, hormis les forums.

Pourquoi Twitter ? D'après les mots de l'un des cofondateurs de la société, Jean-Christophe Gatuingt, ce réseau social est le « système nerveux du web » expliquant par-là que se retrouvent sur une même plateforme des personnes aux profils très différents (médias, journalistes, influenceurs, communautés, etc.) qui s'expriment de manière illimitée et relaient en volumes très importants du contenu de diverses natures (textes, vidéos, photos, audio). Ainsi, Visibrain entend permettre à ses clients de surveiller et de maîtriser leur image de marque malgré le flux constant de données.

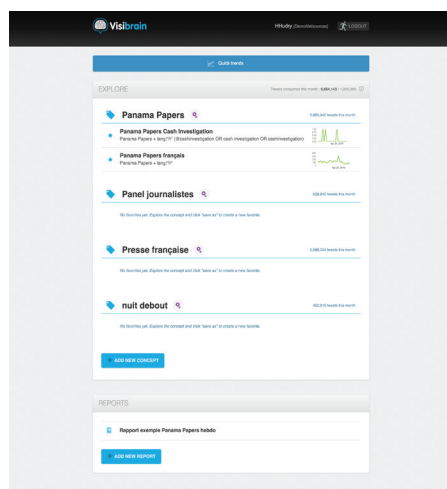


Figure 1 : Vue de la home page avec les différents concepts et les sujets qui les composent

L'élaboration d'une veille sur Visibrain se fait en deux temps. Tout d'abord, il s'agit de créer un « concept », soit un corpus, que l'on souhaite surveiller (selon des mots-clés ou un panel de comptes Twitter).

Ensuite, au sein de ce corpus, des requêtes qui vont constituer des « sujets », permettront de l'affiner. Il est possible d'estimer si un sujet doit être mieux défini ou bien même s'il vaut la peine d'être surveillé (et donc exploré et analysé à travers la plateforme car il engendre une consommation de mentions dont le quota est fixé pour chaque formule) grâce à une *timeline* s'étalant sur une période de 30 jours et la fonctionnalité « Quick Trends » qui permet de mettre en perspective le sujet par rapport à un autre, voire 5 autres, et parfois, d'en relativiser son importance.

Elle permet également, si une opération de communication vient d'être lancée, de se comparer aux concurrents. Une fois le sujet validé, il apparaît dans la page d'accueil (*home page*, voir fig. 1) et les données sont consultables sur un tableau de bord (*dashboard*), présentées selon différents filtres d'analyse.

COUVERTURE

Nombre de langues couvertes :
47 langues

Nombre de pays couverts :
plus de 150 pays

PARAMETRAGE DE LA VEILLE

Types d'accès : Il existe 3 niveaux : « administrateur du compte » qui permet

de créer des requêtes et de créer de nouveaux comptes utilisateurs ; le niveau « normal » qui permet de créer des requêtes ainsi que le niveau « lecteur » qui permet seulement de consulter la plateforme.

Fonctionnalités de recherche : Différentes fonctionnalités de recherche et opérateurs sont disponibles.

Tout d'abord, on peut utiliser les opérateurs booléens. Comme c'est le cas sur de nombreux outils, un espace est l'équivalent d'un ET, OR d'un OU, - d'un NOT

Ensuite, une multitude d'opérateurs, en l'occurrence plus de 75, permettent d'affiner la recherche. Les plus utilisés sont : « entre guillemets » pour obtenir les tweets comportant une expression exacte ; le # pour les tweets comportant un hashtag particulier ; **from:** pour les tweets provenant d'un compte en particulier ; **lang:** pour les tweets écrits dans une langue particulière ; **url_contains:** pour les tweets contenant un lien en particulier ; **bio_contains:** pour capter les tweets provenant de comptes Twitter dont la biographie contient un terme en particulier ; **@** pour les tweets mentionnant un compte en particulier.

On citera également des opérateurs originaux comme la recherche par métier de l'utilisateur, la possibilité d'exclure les retweets de la recherche, de limiter la recherche aux tweets géolocalisés, de limiter aux comptes ayant une activité globale moyenne inférieure, égale ou supérieure au chiffre demandé, etc.

A noter qu'il est possible de passer par l'équipe Visibrain pour des demandes avancées et que le *Customer Success Manager* aide les clients à construire leur requête pour des cas où son élaboration semble plus complexe.

Fonctionnalité d'alerte : Oui, elle permet de détecter une activité exceptionnelle déterminée par un volume de tweets important, par un tweet provenant d'un compte Twitter en particulier et/ou par un tweet qui contient un mot-clé spécifique.

Peut-on désambigüiser des termes de recherche (exemple : orange/ Orange) ? Visibrain possède un filtre sur la casse des mots, il suffit par exemple de spécifier Orange avec O majuscule. Pour encore plus de précision, il est possible de construire une stratégie de recherche combinant des mots-clés, excluant certains termes et en limitant la recherche à certains comptes ou certains lieux.

Nombre d'accès utilisateurs : illimité, quelle que soit la formule.

Nombre de requêtes : illimité, quelle que soit la formule.

Fréquence de mise à jour : en temps réel à la seconde.

ANALYSE DES RESULTATS

Filtres disponibles pour visualiser les résultats

Il existe de nombreux filtres s'articulant autour de 4 grands axes et présentés selon deux angles : analytique et quantitatif. Il est d'ailleurs possible d'observer les données selon l'un de ces angles seulement, si l'on souhaite plus de détails, chacun possédant sa propre rubrique.

■ **la volumétrie et les moments clés d'un sujet :** permet de visualiser le

nombre de mentions par heure et d'affiner la recherche à la minute.

■ **l'analyse de contenu :** permet d'identifier les expressions associées à un sujet et de repérer les tendances du premier coup d'œil avec les classements des hashtags, des expressions (analyse sémantique des tweets et des liens partagés), des mentions ainsi qu'avec une revue des tweets les plus partagés.

■ **l'analyse des comptes Twitter associés à un sujet :** permet de repérer les *twittos* les plus influents en termes d'audience et de relais ; de les identifier selon une analyse démographique (par pays, langue, genre, audience, statut, intérêts et type de *device*) et selon leurs biographies.

■ **l'analyse des liens partagés :** permet d'identifier les liens les plus partagés grâce à une revue de presse de liens, un classement des types de liens les plus partagés et un classement des domaines les plus partagés.

Fonctionnalités d'analyse (graphiques, cartographie, nuages de mots-clés) et statistiques

Sur l'interface générale (*Overview*), une *timeline* (voir fig. 2), qu'il est possible d'ajuster selon une période particulière (heure, jour, semaine, mois, date précise), permet de visualiser le nombre de tweets qui ont été générés et de remarquer les temps forts d'un sujet. Pour aller au-delà des 30 jours il suffit d'en faire la demande auprès de l'équipe Visibrain.

La plupart des autres fonctionnalités se retrouvent dans la rubrique *Analysis*. Des nuages de mots, par exemple, pour les hashtags, les expressions et les mentions mettent en évidence les termes les plus employés. On retrouve également des graphiques qui répartissent les *twittos* selon la langue, le genre, l'audience ou encore le type de *device* utilisé. Dans

l'onglet *Demographics*, une cartographie permet même de localiser les *twittos* dans le monde. Chaque filtre d'analyse comprend un tableau de classement où sont précisés le volume, le nombre et le pourcentage des différents *éléments* analysés.

Dans la *home page* où figurent les *concepts* et les différents sujets, une courbe permet d'avoir un aperçu du volume de tweets émis dans la journée sans avoir à se rendre sur le sujet et à consommer des mentions (comme expliqué précédemment).

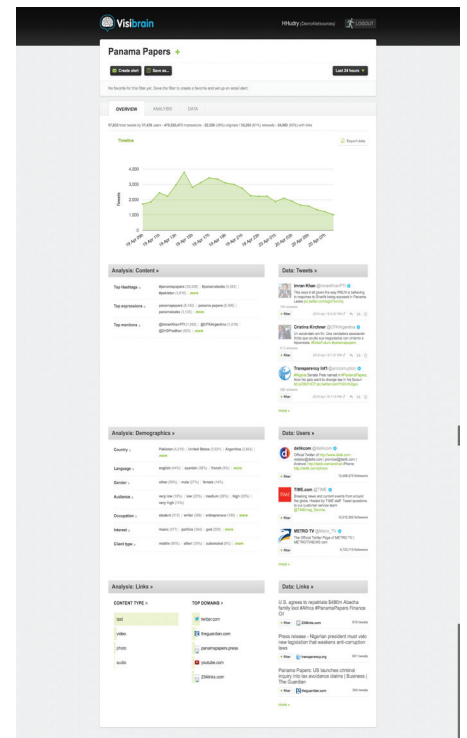


Figure 2 : Vue du dashboard, en mode « Overview »

Analyse automatique du sentiment : Non

Possibilité de corriger / supprimer des éléments manuellement : Il est possible de supprimer des éléments. En revanche, il n'est pas possible de les modifier. Visibrain est actuellement en train de réfléchir à des fonctionnalités supplémentaires de reporting pour pouvoir exporter les

données du dashboard afin de les annoter, nettoyer et envoyer.

Comment l'outil traite les données dupliquées (retweets par exemple) ?

Il est possible d'exclure les données répliquées en utilisant l'opérateur `retweet:false`.

Rank/algorithm propriétaire pour évaluer l'influence et la fiabilité d'une source : Visibrain ne possède pas d'algorithme propriétaire. L'équipe justifie ce choix en expliquant que tout l'intérêt de la veille est de pouvoir identifier la viralité de certains sujets et ce qui la compose. Elle s'exprime en termes de retweets, qui est un indicateur d'influence et qui constitue « le fil rouge » de la plateforme, et en termes d'influence des sources. Ainsi, cette démarche permet d'obtenir un indicateur qui n'est pas opaque et qui donne un maximum de pertinence.

Diffusion de la veille / export de données

Il existe deux possibilités d'export des données. Tout d'abord les exports CSV applicables à tous les indicateurs de Visibrain (analyse de contenu, indicateurs démographiques, influenceurs, tweets, articles, etc.). Il est ainsi possible d'importer et de retraiter les données dans des logiciels de type Excel, tableau, etc. Ensuite, les exports GEXF qui génèrent un graphe pondéré des interactions entre les *twittos* (par exemple : "@influenceur1 a retweeté, mentionné ou répondu 10 fois à @influenceur2, etc...). Il est possible d'importer ces données et ainsi de visualiser les communautés dans des logiciels de cartographie de type Gephi notamment.

Concernant les systèmes d'alertes et les rapports automatiques (pour recevoir le bilan d'une veille ou encore les revues de tweets et d'articles à une heure particulière), il est possible d'être informé par mail ou par WebApp, mais également de faire une demande à l'équipe pour

réaliser une intégration sur-mesure du système d'alertes/rapports par email (par exemple : par SMS, Slack, SI internet). Les rapports peuvent être paramétrés selon la fréquence et une heure particulière.

TARIFS

Chaque formule comprend toutes les fonctionnalités de la plateforme, des sujets illimités, des alertes illimitées et un nombre d'utilisateurs illimité. Seul diffère le nombre de mentions par mois : la formule **Basic** à 800€/mois pour 100 K mentions, la formule **Enterprise** à 2 000€/mois pour 1 M de mentions et la formule **Xtended** à 5 000€/mois pour 5M de mentions. A noter lorsqu'un abonnement est pris à l'année, 50% de mentions supplémentaire est offert par Visibrain.

AUTRES PARTICULARITES

Recherche ponctuelle / antériorité

Les recherches ponctuelles sont seulement limitées par le nombre de mentions consommées par les requêtes dont le quota est fixé pour chaque formule. Les données sont visualisées sur une période maximum de 30 jours. Pour remonter cette période il est possible de faire une demande auprès de l'équipe Visibrain..

Personnalisation de la plateforme :

Pas de marque blanche disponible, mais comme le précise J.-C. Gatuingt, le "branding" Visibrain reste discret sur la plateforme.

Formation, maintenance : Oui, présentes pour toutes les formules comprenant ainsi une formation de 2h, un support par téléphone et par email et des conseils autour de l'utilisation de l'outil.

NOTRE AVIS SUR L'OUTIL

Visibrain est indéniablement un outil intéressant. Sa plateforme est simple

d'utilisation, ce qui n'empêche pas d'avoir des filtres d'analyse très pointus. Le *dashboard* est clair et intuitif. Les différentes approches des données proposées (générale, analytique et quantitative) permettent de faciliter la prise de connaissance des résultats.

Les différents graphiques, les revues de tweets et d'articles pour chaque indicateur sont très efficaces et permettent de saisir d'un coup d'œil les tendances qui se dessinent (et d'anticiper bien souvent les retombées dans les médias de certains sujets car Twitter est le média social prisé par le monde médiatique).

On pourra regretter que Visibrain ne se focalise que sur un seul réseau social, en l'occurrence Twitter alors que bon nombre de ses concurrents a fait le choix d'intégrer les principaux outils du Web social (Facebook, Instagram, Pinterest, etc.). Visibrain ne fait pas dans la quantité (de réseaux sociaux en l'occurrence) mais dans la qualité et il faut bien reconnaître qu'il excelle sur son créneau. On appréciera en effet ses possibilités de recherche impressionnantes (75 opérateurs de recherche tout de même !) qui en font l'un des outils les plus aboutis du marché pour surveiller Twitter.

Principale ombre au tableau : son prix. En effet, Visibrain est l'un des outils les plus chers du marché.

La plateforme s'adresse principalement à des responsables en communication, marketing, etc. (les trois principales catégories de ses clients étant les marques, les agences de communication et les institutions) mais elle convient tout aussi bien à des utilisateurs plus familiers des systèmes de veille.

Pour plus d'informations, le site web : <http://www.visibrain.com/fr/>