

LE FIGARO

Le Figaro fait confiance à *Dynvibe* pour mieux comprendre ses « fans » !

[Le Figaro](#) anime de nombreuses marques transversales sur les réseaux sociaux, comme le [Figaroscope](#), [Madame Figaro](#), [Sport24](#), [TV Magazine](#)... Plébiscitées par les internautes, notamment sur Facebook, elles génèrent de plus en plus d'audience pour le média. Face à cet essor et engagé dans une réelle stratégie de développement numérique, Le Figaro affiche aujourd'hui sa volonté de mieux connaître ses « fans » et d'optimiser ses relations avec sa communauté digitale.

Une orientation qui passe par l'analyse en temps réel des données. Pour l'accompagner dans sa démarche, [Le Figaro](#) a fait confiance à *Dynvibe*, spécialiste de la veille stratégique sur Internet, pour sa solution *Dynvibe Pages*.

Avec plus de 263 000 fans sur Facebook, [Le Figaro](#) a besoin d'informations concrètes et chiffrées pour interagir au maximum avec sa communauté et faciliter les actions de ses Community Managers.

« Aujourd'hui, Dynvibe Pages répond tout à fait à notre problématique digitale. Il nous est essentiel d'obtenir un maximum de visibilité sur les conversations qui nous concernent, mais aussi sur celles où nous ne sommes pas encore présents. Dynvibe Pages nous procure en un instant les meilleurs indicateurs sur les comportements de nos fans Facebook. Ainsi, il nous est possible de mieux les comprendre, les cibler et d'émettre des « post » encore plus pertinents et attractifs », précise Guillaume Bournizien, Directeur Marketing adjoint du [Figaro](#).

Un outil de pilotage complet !

Dynvibe Pages est une interface intuitive qui fournit en temps réel des données exclusives sur une communauté Facebook ciblée. Au travers de graphiques et de tableaux détaillés, il est possible de connaître immédiatement l'audience et l'évolution d'une page Facebook, d'analyser le profil de fans et leur niveau d'activité, de comparer les performances de ses concurrents, d'identifier les contenus qui font réagir et la tonalité des conversations d'une communauté.

« Nous postons une dizaine de messages par jour sur la fan page du [Figaro](#). Auparavant, sans chiffrage et outils performants, il nous était difficile d'identifier les articles générant le plus d'activité. Aujourd'hui, Dynvibe Page nous permet de trouver instantanément le niveau d'information qui nous convient. Sur les premiers jours d'utilisation, quelques données nous ont d'ores et déjà surpris. Les premiers résultats ont mis en exergue des tendances étonnantes. Par exemple, outre le pic d'audience matinal de 10h00, nous avons repéré une forte activité nocturne. Jusqu'à présent, nous n'avons pas identifié cette tendance » révèle Guillaume Bournizien.

En s'appuyant sur un tel outil, les équipes du [Figaro](#) peuvent désormais mieux orienter leur action et être encore plus performantes sur leurs pages Facebook. *« Il s'agit de préserver notre avance et de mettre cette expérience analytique au profit de notre stratégie digitale »,* conclut Guillaume Bournizien.

dynvibe

Informations complémentaires et visuels relatifs à *Dynvibe Pages* sont disponibles sur simple demande au service presse.

À propos du Figaro

Avec plus de 12 millions de visiteurs uniques (VU), le groupe Figaro touche **plus d'un internaute sur trois** à travers ses sites :

- **éditoriaux** : lefigaro.fr, 1^{ère} marque média sur les news en France avec plus de 7 000 000 VU en moyenne par mois, lefigaro.fr/madame, sport24.com, evene.fr, tvmag.com, le particulier...

- **d'annonces classées** : avec les sites de l'Indicateur Bertrand (residencesecondaire.com, proprietesdefrance.com...) et de Figaro Classifieds (cadreemploi.fr, keljob.fr, explorimmo.fr...)

- **de services** : ticketac.com, lachainemeteo.com, meteoconsult.fr.

Le Groupe Figaro déploie aussi activement ses marques sur les supports mobiles et réalise déjà plus de 3 000 000 VU sur le mois de février 2012 // Source : Nielsen//Médiamétrie

À propos de Dynvibe

À la pointe de l'innovation, Dynvibe est le spécialiste de veille stratégique sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, blogs, forums, sites de news, vidéos et photos). Créée en 2009 par Anne-Cécile et Nicolas Guillemot, elle propose aujourd'hui **deux plateformes simples et efficaces en mode SaaS pour recueillir et étudier en temps réel** les informations disponibles sur la toile :

- **Dynvibe Sphere** : un tableau de bord intuitif et puissant pour gérer son e-réputation
- **Dynvibe Pages** : un outil de mesure des performances de pages Facebook

Forte de son expertise, Dynvibe propose également **une cellule d'analyse stratégique** qui délivre à ses clients des études de veille poussées sur leur image ou sur celle de leurs concurrents.

Basée à Sydney et présente à Paris et New-York, Dynvibe a déjà convaincu de nombreux utilisateurs, notamment en France, comme Walt Disney, Monoprix, L'Oréal, OMG, Le Ritz, etc.

Découvrez *Dynvibe* sur :

www.dynvibe.com



twitter.com/Dynvibe



facebook.com/Dynvibe

Contacts Presse

Jérémie Lotz

Tel. 06 11 25 48 05 - jlotz@oxygen-rp.com

Angélique de Barros

Tel. 01 41 11 37 78 - angelique@oxygen-rp.com