

Web Site Story:
Ce que révèle votre site web

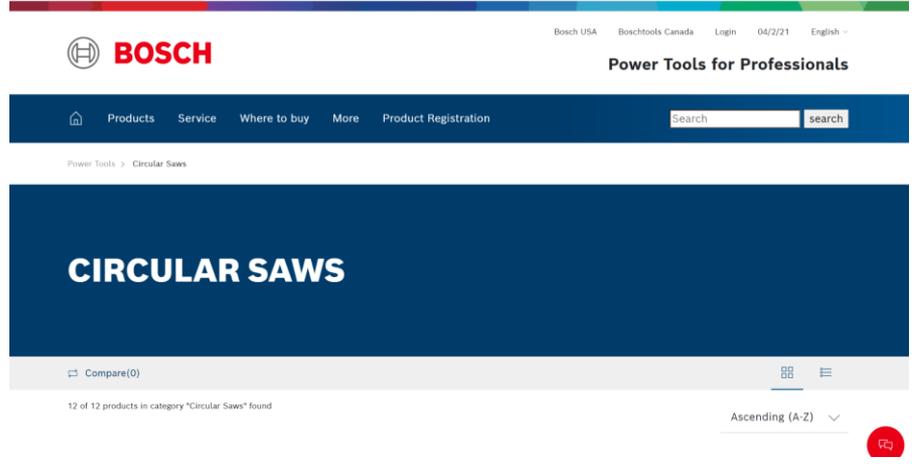


WEB
SITE
STORY

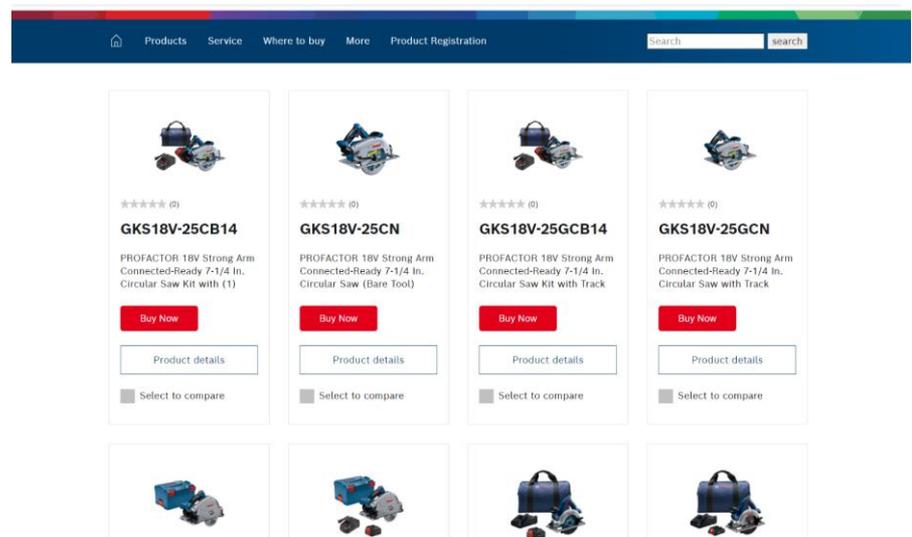
A stylized graphic of a film strip, consisting of three horizontal segments connected by diagonal lines, positioned to the right of the text "WEB SITE STORY".



Riche en illustrations, centré sur l'utilisateur



Tonalité factuelle, centrée sur le produit



Quand les mains nous trahissent ou nous réjouissent



**ASSET TRACKING?
TRUST THE HOUND.**

LEARN MORE

 **BLUEHOUND**

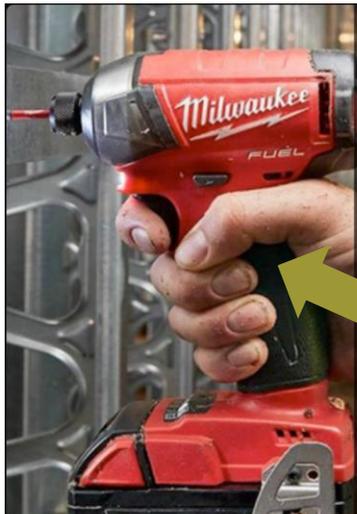


TIME THAT WRENCH GOES INTO RETIREMENT

LEARN MORE

X-LOCK

Attention à l'accord des mots avec les photos



Get Connected. Receive FREE Decal
Claim your free Milwaukee decal by joining HEAVY DUTY NEWS™, the trusted source of new Milwaukee solutions, events, contests and more.

Email Address*

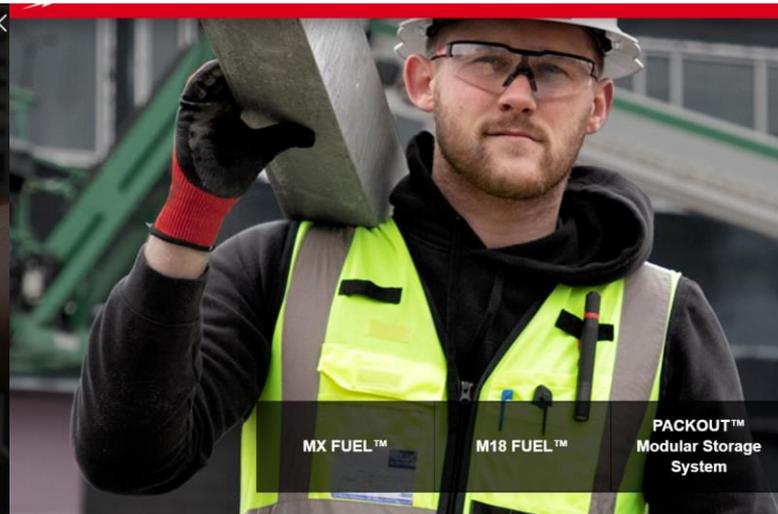
Trade*
Select a Trade

Country*
United States

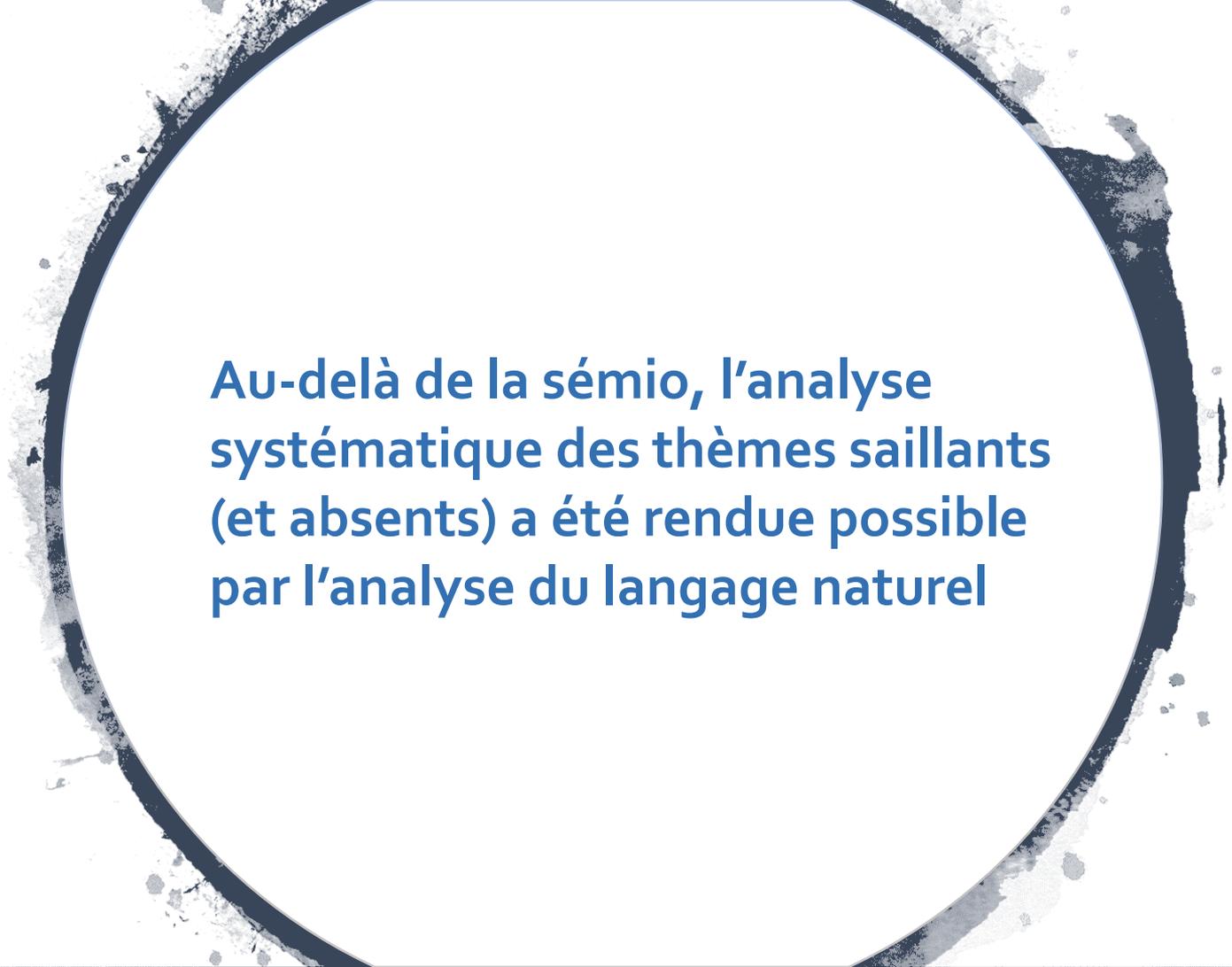
Language
English

Join HEAVY DUTY News

By signing up, you agree to receive emails from Milwaukee with news and other information. To unsubscribe at any time, go to [Privacy Policy](#). For more information regarding free Milwaukee decal giveaway, please visit [Terms & Conditions](#). While supplies last. Please allow 4-5 weeks for delivery.



MX FUEL™ **M18 FUEL™** **PACKOUT™**
Modular Storage System



**Au-delà de la sémio, l'analyse
systématique des thèmes saillants
(et absents) a été rendue possible
par l'analyse du langage naturel**

Il s'agit avant tout d'une analyse du discours

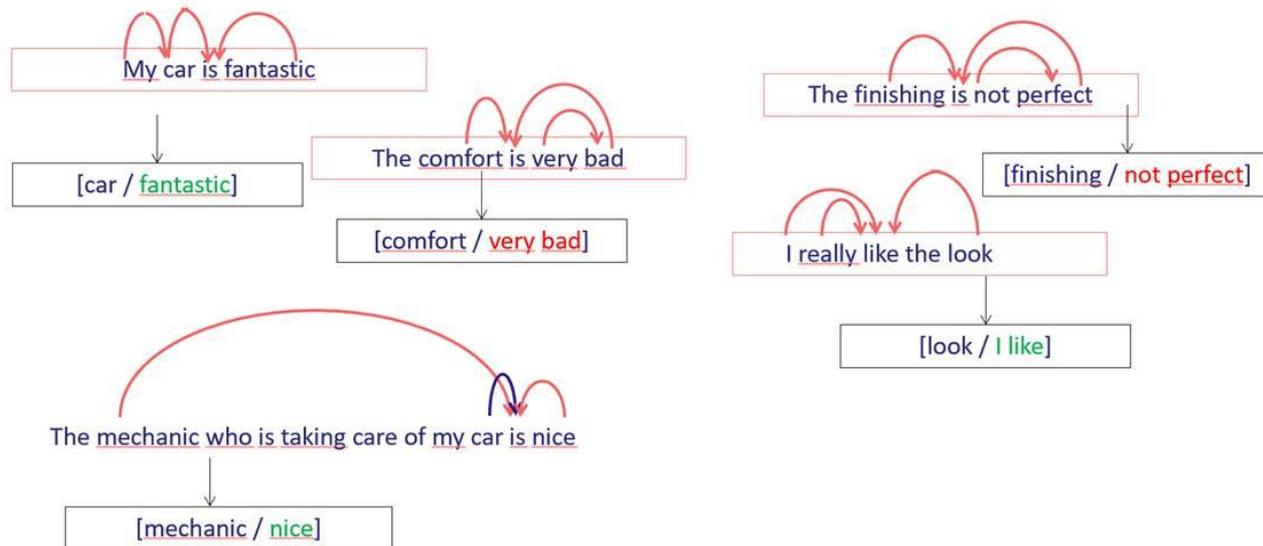
- ▶ Notre analyse porte sur le discours émis par les acteurs d'un segment de marché/ d'une industrie et relate les positionnements stratégiques respectifs
- ▶ En revanche, l'outil ne porte pas sur des aspects plus tactiques (comme l'optimisation des moteurs de recherche ou l'ergonomie générale)

Notre outil vous aide à vous situer et à prendre du recul par rapport à votre propre industrie

- ▶ **Ressources** : sites internet institutionnels (fabricants, marques, distributeurs, institutions, ONG...)
- ▶ **Traitement** : effectué par l'IA (traitement du langage naturel)
- ▶ **Résultat** : reflet exact du discours actuel sur le produit, le service ou la marque.
 - Comment une entreprise met-elle ses produits et/ou services en avant ?
Comment en parle-t-elle ? Comment les représente-t-elle ?
 - Quels **enjeux préoccupent** certains **acteurs** d'une industrie ?
Par quelles **figures de style** sont-ils mis en avant ?

Analyse syntaxique par NLP (Traitement du langage naturel)

OUR AI BASED ON SEMANTIC ANALYSIS IDENTIFIES SYNTACTIC RELATION BETWEEN WORDS WITHOUT ANY BIAS



 synomia

Tableau de bord de l'analyse syntaxique : le pouvoir de la grammaire

The dashboard displays the following information:

- Summary:** 14,795 keywords found on 4 US websites analyzed. 1 web page = 1 verbatim.
- Filters:**
 - Filters on Keywords:** Perimeter (All), Look for (Not Deleted Keywords), Ideal Content Perimeter (All), Theme, Sub-Theme, Sentiment, Found in verbatims from the focus, Grammatical Types (Noun, Noun Phrase, Complex Named...), Cluster, Length (min, max).
 - Filters on Columns:** min, max.
 - Advanced Filters:** (Empty)
- Table:**

Keyword	Theme > Sub-theme	#Verbatims	A	B	C	D	Semantic Score
tool		392	53	101	161	77	10,000
		71	7	18	39	7	10,000
		91	7	65	9	10	7,978.63
		60	-	-	-	60	7,827.72
		126	7	4	92	23	6,665.06
		48	24	5	14	5	6,444.43
		53	5	20	25	3	5,562.46
		52	3	15	14	20	4,986.10
		30	8	1	20	1	4,902.06
		36	-	8	13	15	4,853.81



Comment procédons-nous ?

L'extraction des données

- ▶ Avec notre partenaire en IA  **synomia**, nous sélectionnons les **pages spécifiques et pertinentes** des sites internet à examiner

1. **Nettoyage des données**, composition du corpus



Relativement complexe
Clé du succès !



2. **Codification manuelle** dans la saisie de nuances qualitatives subtiles à l'aide du **score sémantique dans la langue originale**



Fait sur mesure
Source d'insights !



3. **Production de « datafacts »** (graphes synthétiques)/ Croisement de **variables**

- ▶ **Une page internet = une unité** ou bien **un paragraphe = une unité** (sur les sites longs, où il faut un découpage plus fin).
Les % font référence aux verbatims par page.

Des insights dès la phase d'extraction des pages

- ▶ Dans un **segment uniforme et bien défini**, il peut y avoir **jusqu'à trois/quatre fois plus de pages internet** sur un même sujet entre deux fabricants ou fournisseurs concurrents.
- ▶ Cela en dit long sur **l'importance stratégique** (consciente ou inconsciente) **du sujet** pour l'acteur du marché concerné !
- ▶ À cela s'ajoute la **maintenance de l'URL**, qui souvent ne met pas assez les attributs du produit en valeur !

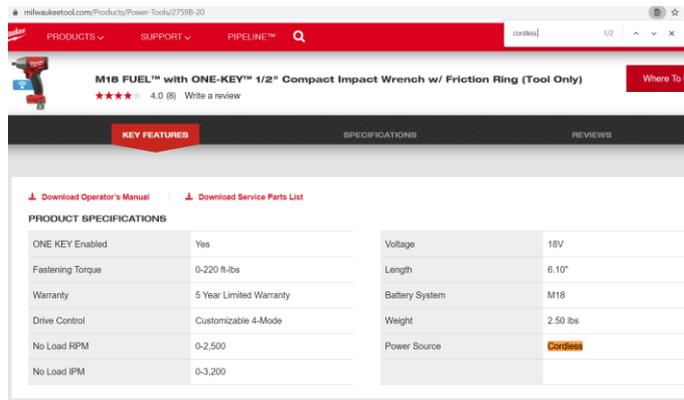
Extraction de données : le diable se cache dans les détails (de l'url – ou pas !)

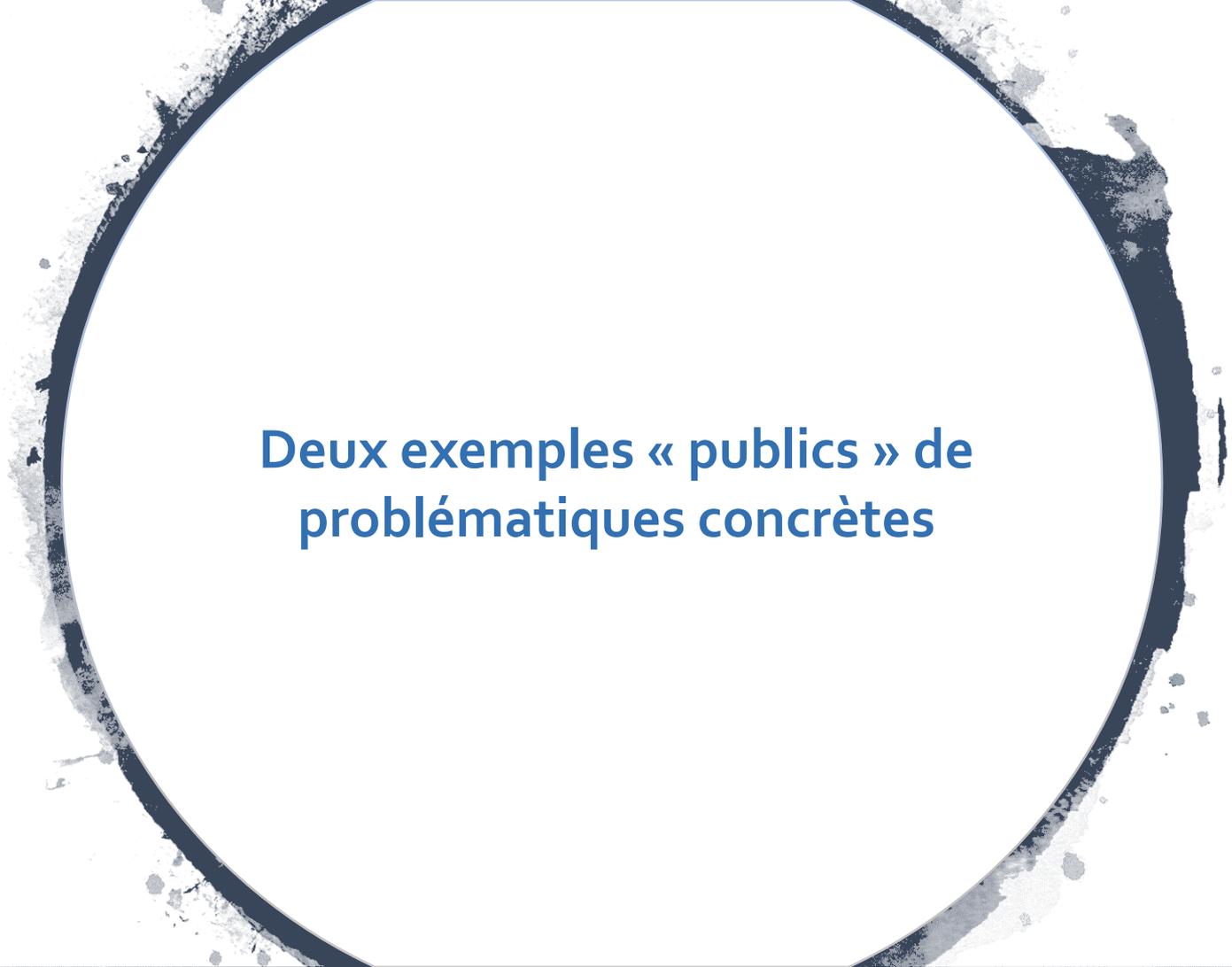
Exemple : les outils de bricolage sans fil

- 1^{ère} situation : L'accès à la section ou à la partie du site qui met en valeur l'objet d'étude est **direct et facile**
- 2^{ème} situation : La rubrique en question n'existe pas.



Bosch USA



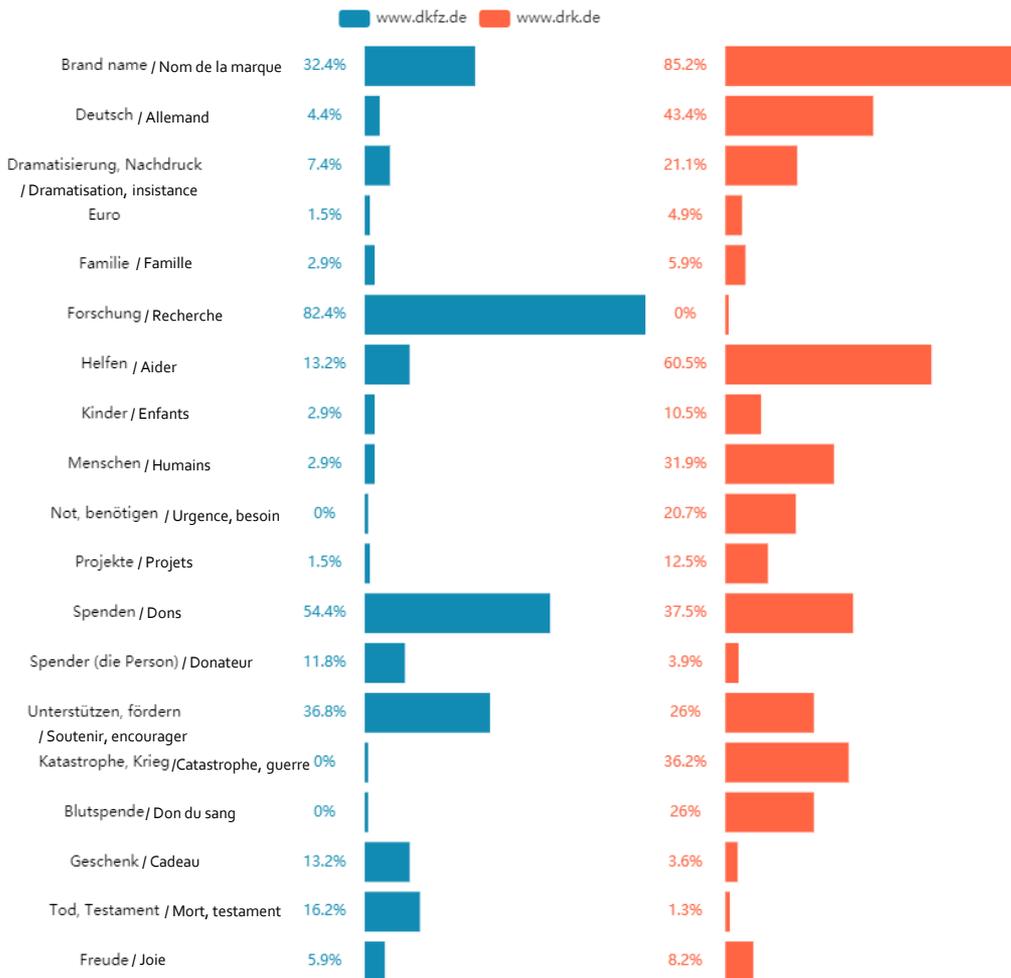


**Deux exemples « publics » de
problématiques concrètes**

L'appel aux dons (sites d'organisations à but non lucratif)

Vue d'ensemble du site

La section des dons au sein de l'organisation (« Spenden » / 372 pages au total)



Une vision différente de la détresse

Figures de style inhérentes au système :

- Susciter l'altruisme
- Signaler l'urgence

DKFZ (Centre allemand de recherche sur le cancer) :

- Concentration factuelle sur la Recherche (pas d'urgence dans le cancer ?)
- Les donateurs ont un rôle important

DRK (Croix rouge allemande) :

- Discours centré sur les personnes (enfants, familles) et l'urgence du besoin
- Appel aux dons avec dramatisation et emphase
- Le don du sang est essentiel

Comment le don est-il articulé ? Il se pose en cadeau ou s'y oppose...

Centre allemand de recherche sur le cancer :
On y parle de la **mort** comme déclencheur de
dons

- Les dons remplacent les cadeaux

La Croix Rouge allemande : Le don devient
cadeau dans la **détresse**

- Les dons sont des cadeaux

« Des dons **à la place** de cadeaux : pour les anniversaires ou avant Noël - chaque année, la question des bons cadeaux se pose. Trouver quelque chose de « sensé » n'est pas toujours facile »

« À Noël, **offrez un cadeau** aux enfants dans la détresse. Qu'il s'agisse de couvertures ou de nourriture - choisissez vous-même votre cadeau ! »

**Les partis comme exemple prototypique de marques :
L'analyse de leur discours révèle leurs valeurs
... et leurs stratégies !**



**Remplacez les noms des partis par
ceux des acteurs de votre industrie,
et imaginez ce que nous aurions
trouvé sur vous et vos concurrents...**

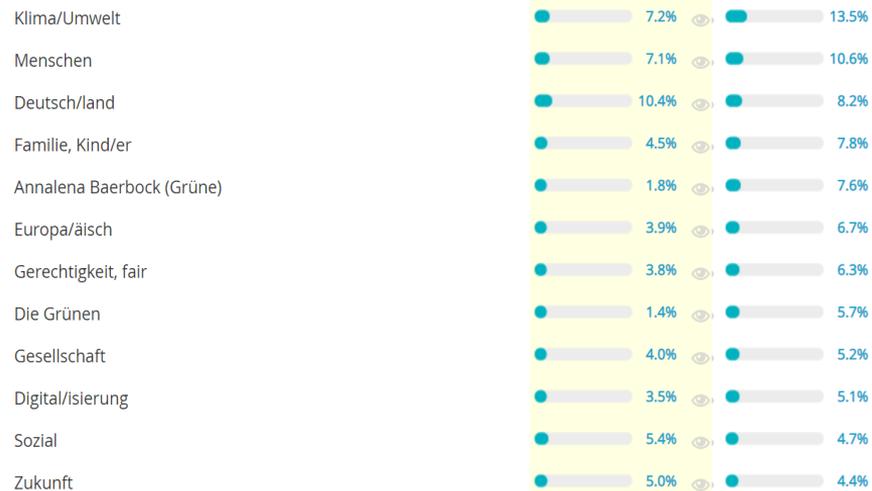
Le Top 12 des thèmes proclamés : extrême-gauche et verts, les contenus d'abord

DIE LINKE.

total



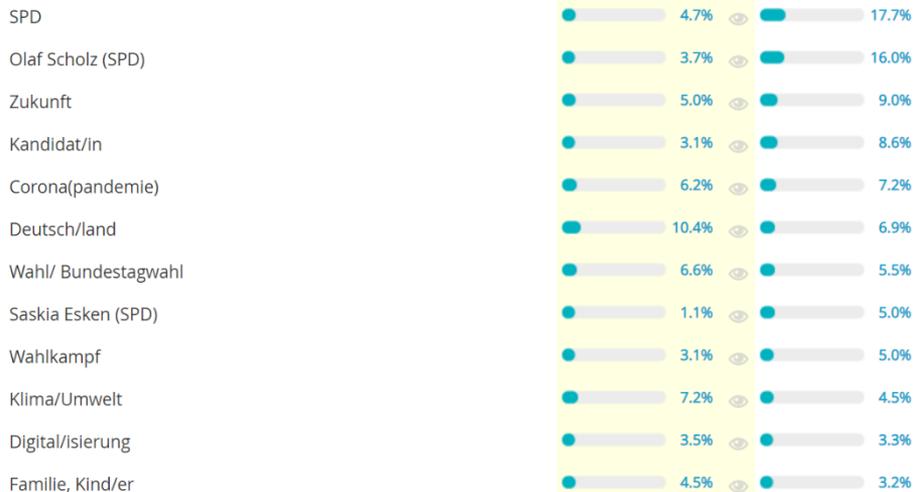
total



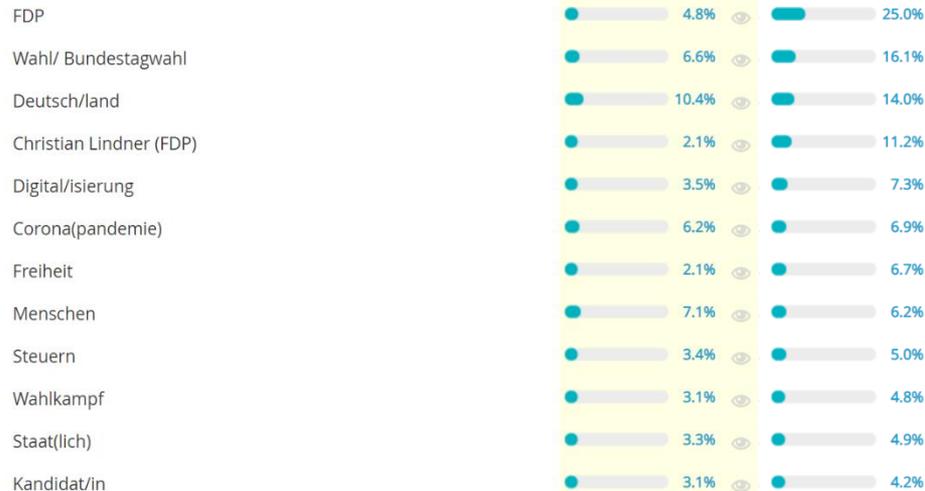
Le Top 12 des thèmes proclamés : le marketing du parti et du candidat à la chancellerie pour les socialistes et les centristes



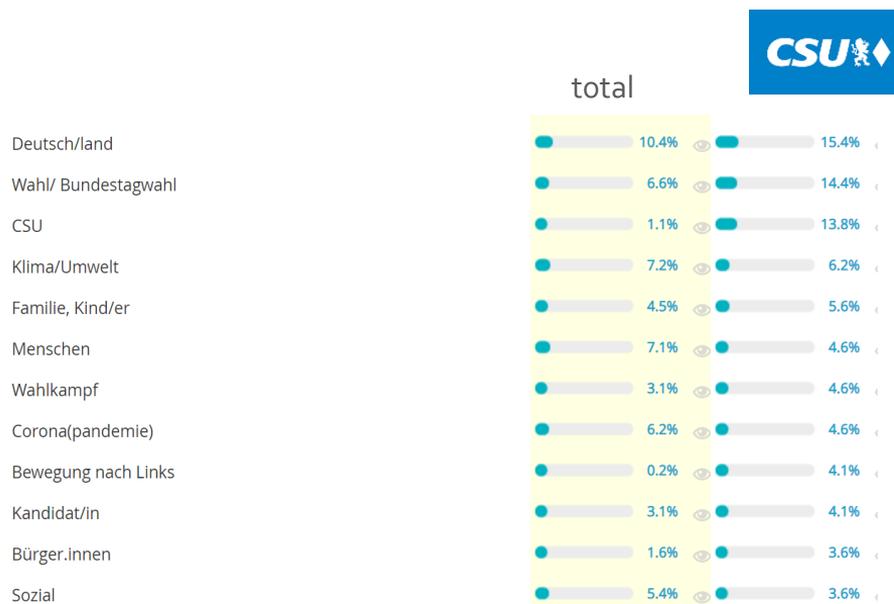
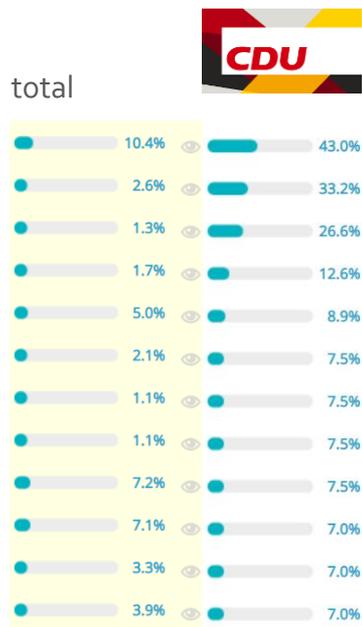
total



total



Le Top 12 des thèmes proclamés : l'Allemagne d'abord pour les partis conservateurs



En résumé : Les mots de gauche et de droite (notion exclusive)

DIE LINKE.



Emplois,
syndicats &
employeurs

Développement
durable, climat,
énergie

Respect

Digitalisation

Allemagne

Solidarité
Le social

Droits de
l'homme

Logement

Limitation déficit
budgétaire

Développement
durable

Paix & guerre,
défense, armée

Europe

Fiscalité

Economie,
prospérité,
emplois

Pauvreté, €,
fiscalité

Enfants (famille),
pauvreté

Cohésion sociale

Avenir

Société
Justice sociale
Santé
Racisme

Protection

Liberté(s)
L'État

Sécurité
Heimat
Famille (enfants)
Europe

Climat, environnement, écologie : un champ vaste dans lequel se révèlent des différences d'approche



Protection du climat, crise climatique

Klimaneutral
Umwelt Klimagerecht
Ökologisch Umweltschutz
Klimawandel
Naturschutz
Klimaschutz
Klimakrise
Klimaschutzziel Klima Umweltfreundlich
Klimaziel Klimaschutzgesetz
Konsequenten Klimaschutz



Neutralité carbone

Ökologisch
Klimaschutz
Klimaziel Klima
Klimaneutral
Klimawandel



Protection du climat,
changement climatique

Klimaschutzgesetz
Umweltpolitik Klimaschutzziel
Umwelt Klimaziel
Klimaneutral
Klima
Klimaschutz
Klimawandel
Ökologisch Umweltfreundlich
Umweltschutz



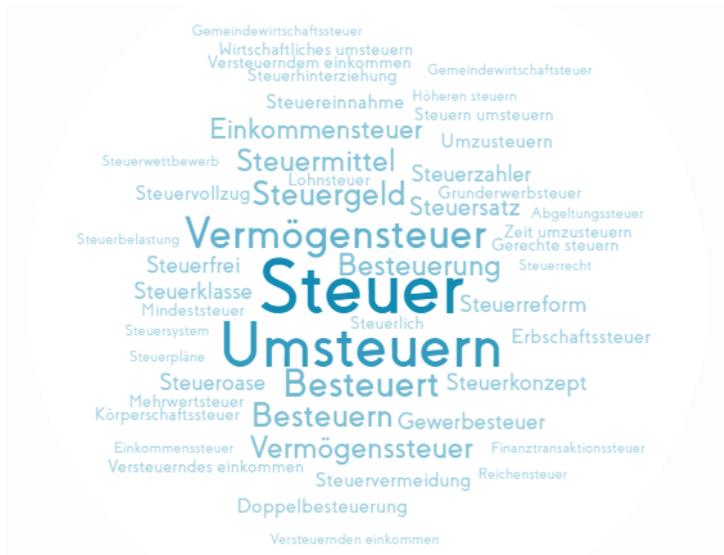
Environnement et
protection de la nature

Ökologisch
Klimaschutz
Klimawandel
Klima
Umwelt
Naturschutz

La fiscalité, les impôts : une grande ligne de partage autour du conflit « pauvres-riches »

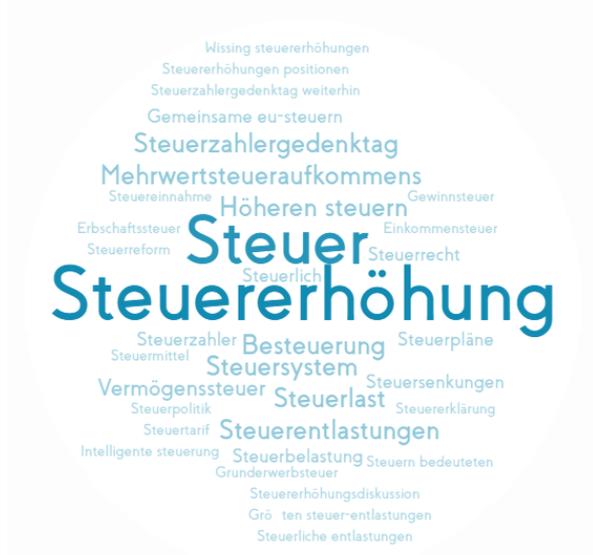
DIE LINKE.

Redistribution, impôts
grandes fortunes



Freie
Demokraten
FDP

Refus d'une augmentation des
impôts, TVA, allègement fiscal



Qu'est-ce que la cohésion sociale entre gauche et droite ?

DIE LINKE.

Une solidarité (dont la visée est la redistribution des richesses)

Zusammenhalt
Solidarisch
Solidarität



Une vision d'une société homogène,
maintenue en son centre
Cohésion = cohérence

Solidarität
Zusammenhalt

La liberté au centre et à droite n'est pas la même : l'apologie des libertés versus... la défense de la religion et de l'innovation

Freie
Demokraten
FDP

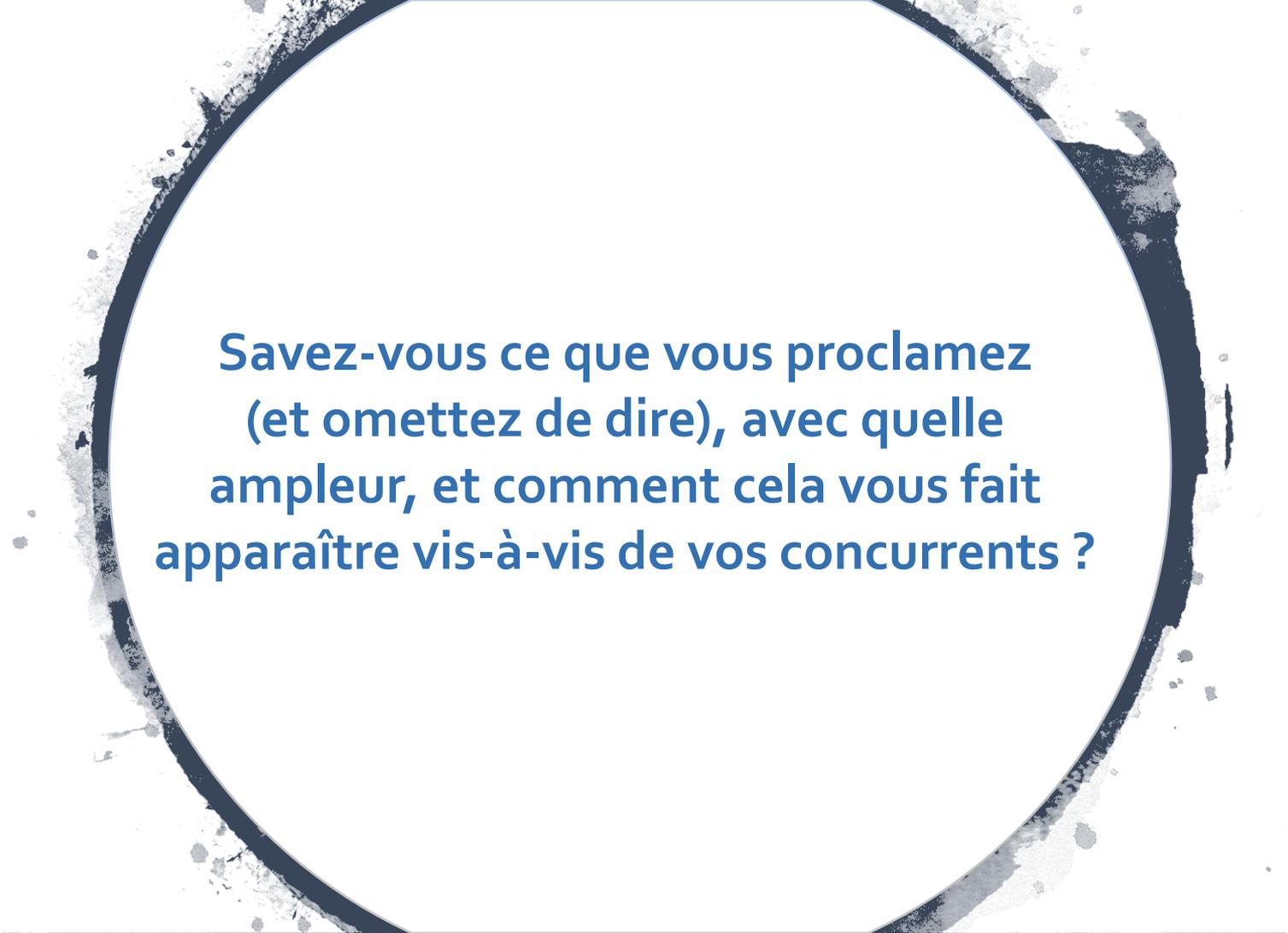
Weitergehenden freiheitseinschränkungen
Freiheitseinschränkungen unverhältnismäßig
Bürgerlichen freiheitsrechte
Freiheitsbeschränkungen
Freiheitseingriffe Freiheit fdp
Individuellen entscheidungsfreiheit Personelle freiheiten
Freiheitsliebe Freiheitlich Meinungsfreiheit
Freiheitsrechte wache
Freiheitlichen lebensweise
Individueller freiheit
Freiheitsthema fdp
Thema freiheit
Wenig freiheit
Freiheitsbegriff Freiheitsrechte Freiheitliche
Freiheitsspielraum Entscheidungsfreiheit Berufsfreiheit
Freiheitsthema Grundfreiheiten Freiheitsthemen
Freiheitliche politik
Freiheit von forschung
Freiheitlichen rechtsstaat
Freiheitsrechte weniger
Freiheitlichste Politischen freiheitsbegriff
Freiheitseinschränkungen mehr
Freiheitseingriffe gerechtfertigt
Großen freiheitseinschränkungen
Freiheitlichdemokratischer

CDU

Freiheit leben
Bringe freiheit Werte von freiheit
Religionsfreiheit
Innovationsfreiheitsgesetz
Barrierefreiheit
Freiheit einsatzkräfte

La famille ? Tout un concept qui tourne autour de la protection de l'enfance chez les Verts et la préservation de la famille chez les Chrétiens-Démocrates





**Savez-vous ce que vous proclamez
(et omettez de dire), avec quelle
ampleur, et comment cela vous fait
apparaître vis-à-vis de vos concurrents ?**

Au bilan : ce que cette analyse permet de révéler

- ▶ Quelles **fonctions** du produit ou du service mettez-vous en avant vs. votre **concurrence** ?
- ▶ Quels **attributs** spécifiques met-elle en valeur par **rapport à notre manière** de voir ce sujet ?
- ▶ Quels **mots**, **quelles images**, **quelle mise en scène** ?
- ▶ Bénéfice supplémentaire : pour le département **digital**, potentiel **d'optimisation des mots-clés** et de la **structure**

N'hésitez pas à nous contacter !



A votre disposition pour vous soumettre une proposition s'appliquant à votre cas précis



Natacha Dagneaud

Séissmo – Markt und Forschung

Mannheim (Germany)

dagneaud@seissmo.com