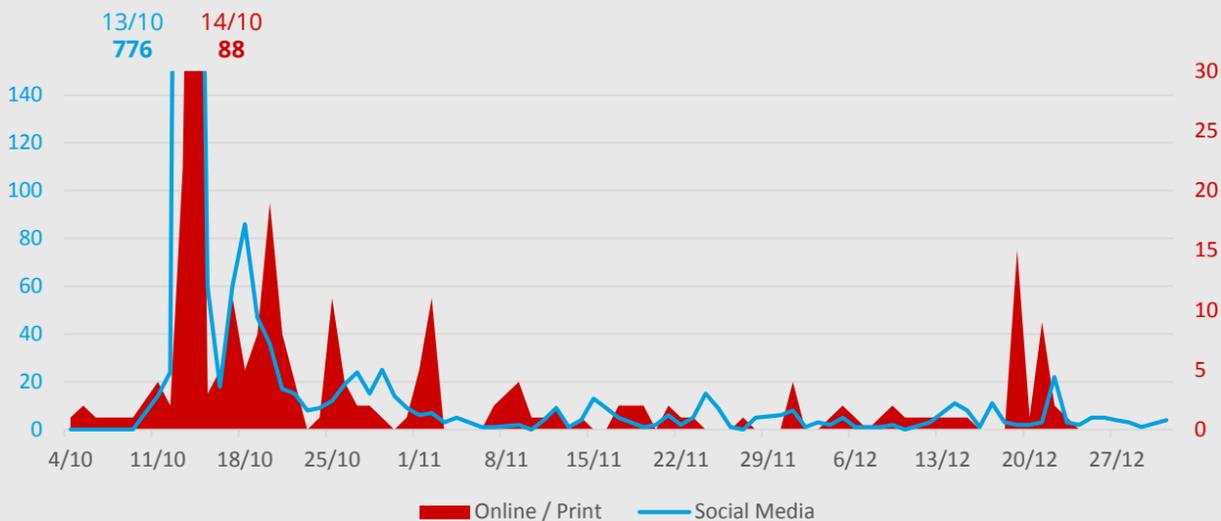


Baromètre #ESCDA2017

Exposition média de l'évènement - Du 01/10 au 31/12/2016

285 Online / Print Media

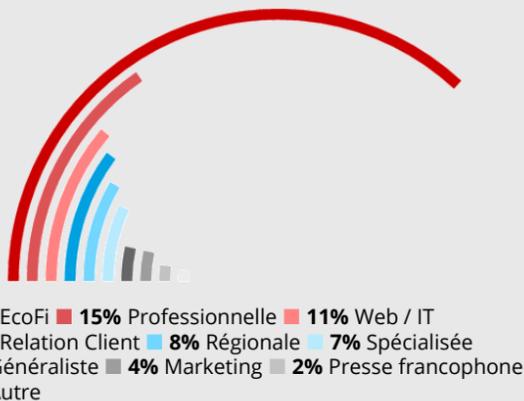
1 984 Social Media



Les 10 ans de ESCDA
Dans Le Parisien / Aujourd'hui

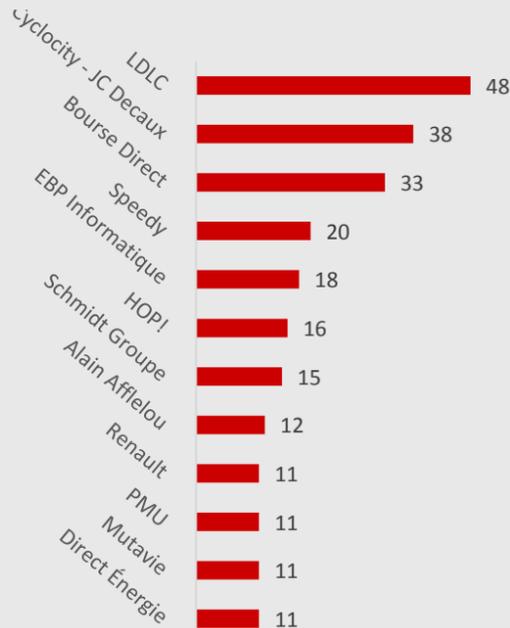


Visibilité de la marque
Quelles catégories de sources ?

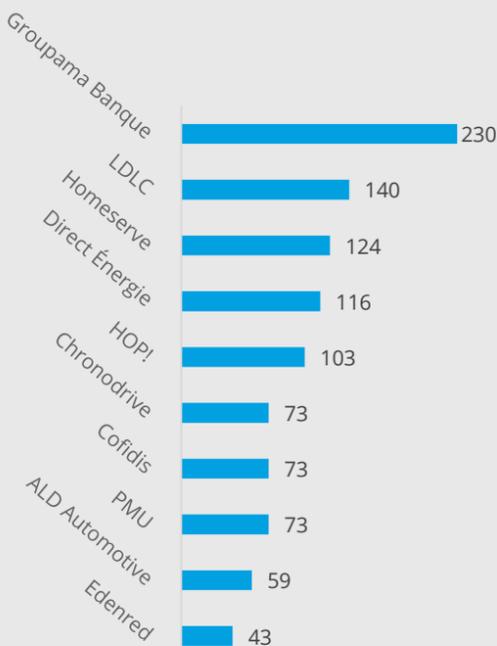


37 Lauréats

PART DE VOIX - ONLINE / PRINT MEDIA



PART DE VOIX - SOCIAL MEDIA



Sans surprise, #ESCDA2017 a été le hashtag le plus utilisé suivi de #serviceclient (154 mentions) et #relationclient (58 mentions).



Groupama Banque
La marque la plus relayée sur Twitter

18 RT en moyenne pour un tweet publié par @GroupamaBanque.

LDLC
Une forte visibilité dans la presse économique

LDLC a été le plus visible sur les médias en ligne et traditionnels. **65%** de sa présence média est issue de la presse économique.

@LDLC
Les tweets les plus exposés



246 K Reach

L'élection en tant que Service Client de l'Année 2017 a été utilisée par LDLC sur Twitter comme argument marketing en réponse à des critiques clients.



227 K Reach

Le retweet de @LDLC procure à ce tweet de @ESCDA_FR un reach potentiel élevé.

Sources : Presse, Médias en ligne, Blogs, Twitter, Instagram,

Langue : Français

Période : Du 01/10/2016 au 31/12/2016

Mentions : "Élu Service Client de l'Année", "Élection du Service Client de l'Année", "Service Client de l'Année", "Élu Meilleur Service Client de l'Année", "Élection du Meilleur Service Client de l'Année", "Meilleur Service Client de l'Année", "Meilleur Service Client", ESCDA, ESCDA2017, "N°1 du Service Client", "ServiceClient de l'Année", @ESCDA_FR

Reach potentiel (Twitter) : somme des followers de l'auteur + somme des followers de ceux qui ont retweeté.

