

# Des leaders de l'analyse des earned media, des owned media et des médias sociaux, s'associent pour aider les entreprises à comprendre l'impact commercial des contenus

[Onclusive](#), la société de la science des données pour les communications, et [Shareablee](#), une société spécialisée dans l'analyse des médias sociaux et les comparaisons avec la concurrence, ont annoncé aujourd'hui leur partenariat stratégique visant à offrir aux équipes de marketing et de communication les meilleures solutions de leur catégorie en termes d'analyse des points de support « conquis » (earned media), de ceux « acquis » (owned media) et des médias sociaux. Le partenariat aidera les entreprises à obtenir des données plus holistiques sur la performance de leurs contenus owned et earned dans les organes d'information mondiaux, auprès des influenceurs et sur les plateformes des médias sociaux.

Ce communiqué de presse contient des éléments multimédias. Voir le communiqué complet ici : <https://www.businesswire.com/news/home/20210203005337/fr/>

[Cliquez pour tweeter](#) : Nouvelle annonce : [@Onclusive](#) et [@Shareablee](#) forment un partenariat pour aider les entreprises à mesurer l'impact commercial du marketing lié aux earned media, aux owned media et aux médias sociaux, et ce, jusqu'aux revenus ! <https://bit.ly/39DF9xE>  
#socialmediamarketing #prmeasurement

Les équipes spécialisées dans les médias sociaux, les communications, les relations publiques et le marketing ont chacune une vision de la marque d'une entreprise, de sa réputation et de son influence. Les entreprises cherchent à mesurer de façon de plus en plus centralisée leurs stratégies en termes d'owned media et d'earned media en combinant ces fonctions au sein d'équipes intégrées auxquelles elles fournissent des outils comparables.

En période de crise ou d'incertitude où les entreprises mettent l'accent sur les tactiques qu'elles peuvent contrôler de près, l'amplification des médias sociaux et [l'activation des espaces « achetés » \(paid media\)](#) jouent un rôle de plus en plus important, de même que la mesure de l'impact commercial de ces efforts. L'intersection entre les données et les solutions d'Onclusive et de Shareablee fournira aux organisations des données plus complètes sur le [marketing de contenu](#) pour leur permettre d'optimiser leurs stratégies.

Onclusive et Shareablee ont toutes deux leurs racines dans la surveillance des médias d'entreprise et dans la mesure des contenus, et elles soutiennent des entreprises du classement Fortune 100 ainsi que leurs agences. En outre, les deux sociétés ont récemment lancé des produits milieu de gamme, visant à fournir leurs données, leurs plateformes et leurs services à un plus large éventail d'organisations.

« Les stratégies des médias sociaux sont fondamentales pour le plan marketing d'une entreprise, mais ce n'est qu'un aspect de la question. Nous sommes ravis de pouvoir compléter le tableau pour nos clients grâce à notre relation avec Onclusive », a déclaré Tania Yuki, PDG de Shareablee.

« Nous considérons depuis toujours nos données et nos plateformes comme un pont entre les équipes de communication et les équipes marketing. Grâce à ce partenariat avec Shareablee, nos clients communs vont être encore mieux équipés pour planifier et exécuter des stratégies de marque et de communication interfonctionnelles harmonieuses », a confié pour sa part Dan Beltramo, PDG d'Onclusive.

### **À propos d'Onclusive**

[Onclusive](#) est la société de la science des données pour les communications. Inventrice de [PR Attribution™](#) et de [Power of Voice™](#), Onclusive mesure le véritable impact du contenu sur les résultats d'une entreprise. La plateforme Onclusive repose sur un moteur exclusif de recherche de nouvelles qui analyse chaque jour des millions d'articles issus des earned media, des owned media et de services de fil d'actualité à travers le monde, dans plus de 100 langues différentes, et organisant chaque élément de contenu en fonction de dizaines de paramètres pour une analyse agrégée au niveau de l'entité.

Les plus grandes marques et agences mondiales, comme Airbnb, H&R Block, Lyft, Intercontinental Hotels Group, 23andMe et Experian, font appel à Onclusive pour moderniser leurs communications. Pour en savoir plus, rendez-vous sur [onclusive.com](https://onclusive.com), et suivez-nous sur [Twitter](#), [LinkedIn](#), et [Facebook](#).

### **À propos de Shareablee**

[Shareablee](#) est le chef de file pour la mesure des médias sociaux basée sur les auditoires, travaillant au service d'éditeurs médiatiques, d'agences et de marques qui souhaitent comprendre l'impact et l'efficacité de leurs campagnes de médias sociaux multiplateformes. Lancée en 2013, Shareablee habilite les marques en leur fournissant des données qui peuvent les aider à se définir et à trouver le succès sur les médias sociaux, ainsi qu'en les dotant de mesures et d'analyses prédictives qui les informent sur les meilleures pratiques à impact puissant. Ayant des clients dans plus de 15 pays, Shareablee est l'autorité par excellence dans le domaine des connaissances sur les auditoires, des comparaisons avec la concurrence, et des analyses exploitables.

Pour en savoir plus sur Shareablee, rendez-vous sur [shareablee.com](https://shareablee.com), et suivez-nous sur Twitter, LinkedIn, et Facebook.

Le texte du communiqué issu d'une traduction ne doit d'aucune manière être considéré comme officiel. La seule version du communiqué qui fasse foi est celle du communiqué dans sa langue d'origine. La traduction devra toujours être confrontée au texte source, qui fera jurisprudence.



Consultez la version source sur [businesswire.com](https://www.businesswire.com/news/home/20210203005337/fr/) : <https://www.businesswire.com/news/home/20210203005337/fr/>