

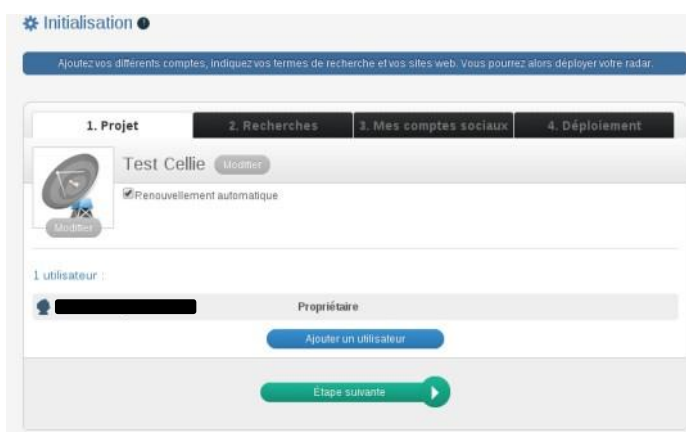
Dossier :
Radarly

[Henry Antoine](#)
Président Cellie
2013-2014

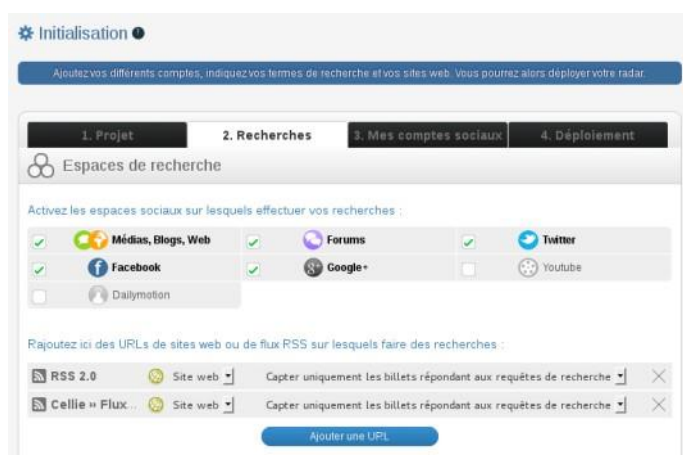
Comme l'a annoncé Cellie, un partenariat a été signé entre l'IAE de Poitiers et la société Linkfluence. Il se traduit notamment par la mise à disposition de Radarly, la solution de veille Community Management de Linkfluence, pour les étudiants.

Nous allons voir comment mettre en place un projet avec Radarly. Pour pouvoir présenter à la fois la dimension CM et veille, nous allons nous concentrer sur Cellie. La solution est disponible en SaaS et accessible à l'adresse suivante [ici](#). Nous pouvons y accéder grâce à un login/mot de passe.

Lors de votre première utilisation, vous allez être amenés à créer votre projet :



Une fois que vous avez défini qui peut avoir accès au projet, vous passez sur l'une des étapes les plus importantes soit : la configuration des sources et la mise en place des équations de recherche.



A cette étape, Linkfluence vous propose de choisir dans un panel de sources qu'ils ont auparavant qualifiées. L'avantage est qu'ainsi vous êtes connectés à plusieurs milliers voire millions de sources, cependant vous n'avez pas la main mise (pour en rajouter, en enlever ou modifier le type de source). Pour y pallier, il est bien évidemment possible de rajouter une source (un flux RSS) en dessous de l'espace d'activation des sources.

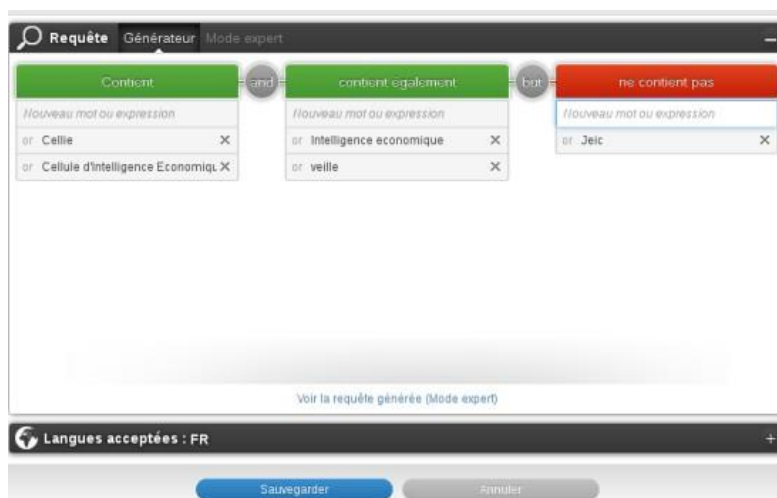
Par défaut Médias, Blogs, Web et Forums sont sélectionnés. Pour avoir accès à Twitter, Facebook, Google+, Youtube et Dailymotion, il faut connecter l'application Radarly à vos comptes. De cette manière, il sera possible de faire des recherches sur ces réseaux mais aussi d'utiliser Radarly pour interagir directement sur ces derniers et assurer un suivi de votre e-réputation. A posteriori, il est toujours possible vos sources. Vous pouvez aussi configurer les comptes sociaux que vous souhaitez suivre (ceux de vos concurrents par exemple ou partenaires comme celui de JEIC).



Enfin, sur ces sources, vous allez appliquer des équations de recherche. Elles sont réparties par thématique. Ces thématiques sont importantes par rapport à la manière dont s'organisent les informations dans Radarly. A noter qu'il faut éviter d'en mettre un trop grand nombre sinon l'interface de Radarly devient rapidement incompréhensible. Préférez créer de nouveaux projets. De manière classique, vous allez avoir une thématique sur vos concurrents, sur votre marque, sur vos thèmes de prédilection ...



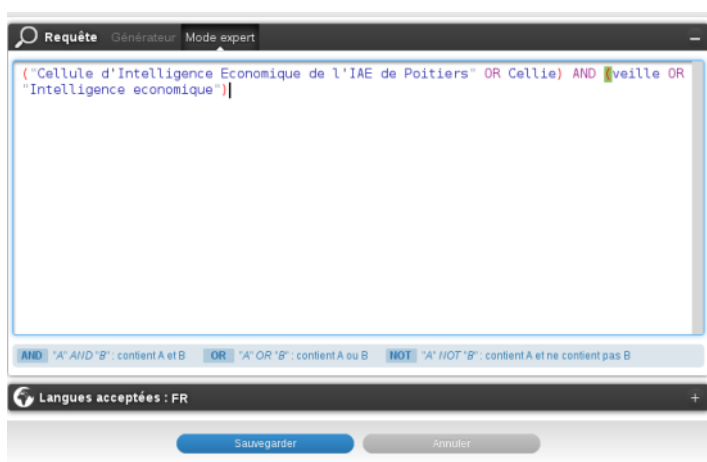
Ici, vous pouvez voir une des forces de Radarly. En effet, Linkfluence a fait en sorte que l'écriture des équations de recherche soit facilitée aussi bien pour les néophytes que pour les experts. Son interface est particulièrement bien faite :



Les opérateurs booléens sont implémentés par défaut. Dans les colonnes « Contient » et « Contient également » s'applique par défaut le « OR ». Le « AND » s'applique entre les deux. Pour les exclusions, le « NOT », il suffit de compléter la dernière colonne. Tous les termes inscrits dans les équations sont mis par défaut entre « ».

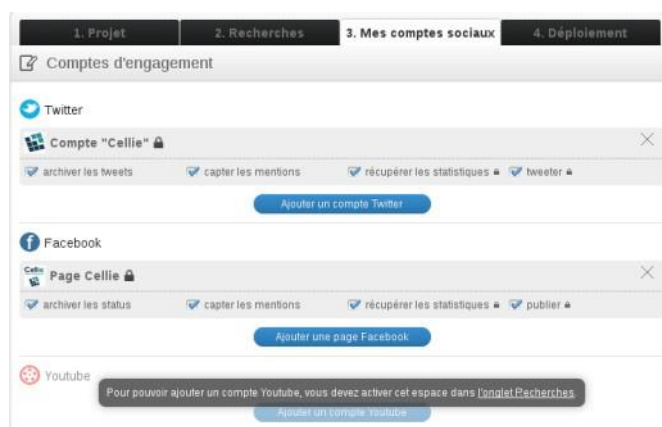
Attention, par défaut, les 56 langues sont sélectionnées. Pensez à sélectionner seulement celles qui vous intéressent. C'est d'autant plus important que dans le pack standard, le nombre de retombées par mois est limité à 5 000, ce qui peut aller très vite.

Pour les utilisateurs plus avancés qui aiment construire eux-mêmes leurs requêtes, une interface avancée existe et permet cela :



Cette interface est d'autant plus intéressante qu'elle vous permet de déboguer vos requêtes. En effet, Radarly vous signale les endroits où s'ouvrent et se referment les parenthèses, ou vous signale les opérateurs.

La configuration est maintenant quasiment finie, il vous reste à sélectionner les comptes sociaux qui vous intéressent pour les gérer avec Radarly.



En connectant vos comptes sur Radarly (sont proposés ici Twitter, Facebook et Youtube), l'outil va pouvoir réaliser plusieurs actions :

La sauvegarde de vos contenus, des interactions avec votre compte mais aussi accéder aux différentes statistiques offertes par les réseaux pour les unifier dans une seule plate-forme.

De la même manière, il est possible de gérer les statistiques de votre site (si vous utilisez Google Analytics).



Voilà, félicitation votre projet est prêt à être lancé !



Vous pouvez maintenant lancer votre projet. Vous allez arriver sur une page de synthèse qui permet en un coup d'œil d'accéder à différentes informations :



Ici est notamment mis en avant la gestion des communautés et des RSN. Vous allez retrouver les fameux KPI (Key performance indicator) dont toutes les directions marketing et communication sont à la recherche. Le radar présent dans la partie « thèmes » reprend les thématiques que vous avez définis précédemment, vous pourrez ainsi voir quelles sont les thématiques dont vous traitez le plus et qui sont les plus appréciées. Vous pouvez obtenir ces données sur des périodes de temps plus ou moins importantes, l'outil est suffisamment flexible pour cela.

De plus, vous pouvez évaluer « l'influence » d'un article en fonction de ceux qui sont les plus repris, votre audience sur Twitter ou Facebook.



Pour naviguer dans Radarly, un menu est disponible en haut. L'interface étant entièrement en JavaScript, le chargement est assez rapide.



De gauche à droite, vous retrouvez :

Accueil – Social Inbox (visualiser les informations) – Insights (graphiques) – Influenceurs – Duels – Update (publication de contenu) – Paramètres

La veille et Radarly

Radarly est un outil de veille et va vous permettre de récupérer des données et de les analyser. C'est notamment dans la partie Social Inbox que cela va s'opérer.

Quand vous visualisez les données, vous arrivez sur la page suivante :



The screenshot displays the Radarly Social Inbox interface. On the left, there is a sidebar with a search bar and various filter categories: WORKFLOW, TYPE DE SOURCE, CATEGORIE, TONALITE, LANGUE, PAYS, TYPE D'AUTEUR, IMAGES ET VIDEOES, and MOTS CLES. The main content area shows a search result for 'www.cellie.fr' dated 30/11/2013. The article title is 'Un partenariat entre Linkfluence et l'I.A.E. De Poitiers'. The text of the article discusses the use of the Radarly platform by students of the I.A.E. de Poitiers for their social media and community management studies. On the right side of the interface, there are three utility panels: 'Utilisation du Bookmarklet' with a 'Crowdfunding' button, 'Notifications Mail' with a dropdown menu set to 'Pas de notification email', and 'Blocage de source' with instructions on how to block sources.

Ainsi, il est possible de retrouver les différentes publications qui correspondent avec les équations de recherche créées précédemment.

Les informations empilées les unes sur les autres avec la source, le titre, la date de publication, le thème (avec l'icône du thème en question), la tonalité de l'article (neutre, mitigée, négative, positive). En cliquant sur ouvrir, vous pouvez voir le contenu de l'article comme c'est le cas sur cette capture d'écran.

De nombreux filtres sont disponibles sur l'onglet de gauche, ils vont permettre d'affiner les résultats en fonction de ce qui vous intéresse (articles dans une langue, articles avec des images, articles en fonction des mots-clés utilisés ...).

Sur la gauche, vous retrouvez un onglet proposant différents outils ou fonctionnalités pratiques. Ainsi le bookmarklet, un script qui s'insère dans un navigateur, permet de mettre facilement des sources externes sous surveillance. De la même manière, une alerte mail est proposée pour suivre facilement les nouvelles retombées.

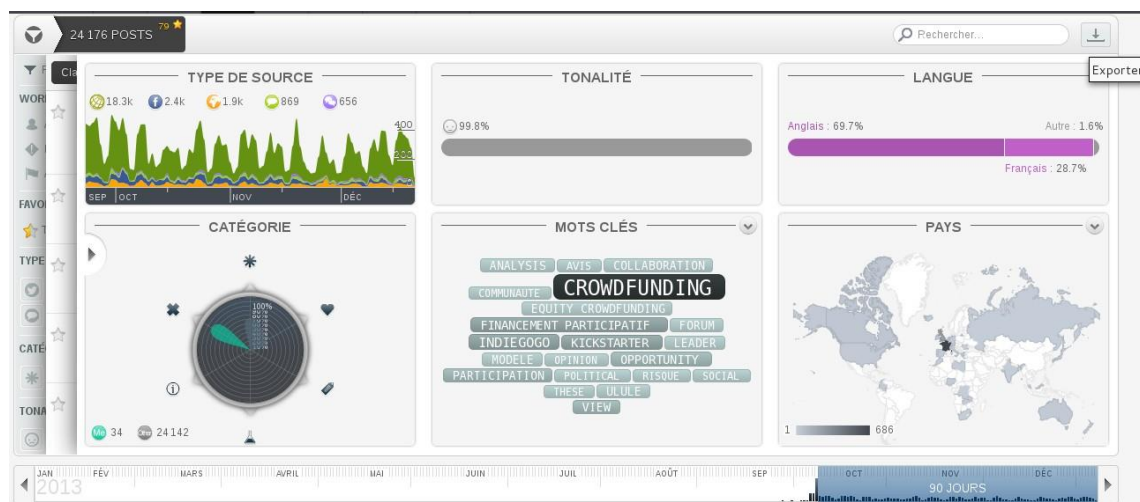
Ici l'interface est plutôt ergonomique et intuitive (sauf pour consulter l'article à la source, il faut cliquer sur la date de publication) et permet de s'y retrouver rapidement.

En cliquant sur un article, un nouvel onglet apparaît pour permettre de modifier les éléments comme la qualification de la source, la catégorie, la tonalité ... et de sauvegarder l'article.



À partir de ces informations, Radarly permet de générer des graphiques dans l'onglet Insights.

6 graphiques sont disponibles, voici des exemples de ceux-ci sur une période de 30 jours (la période se choisit sur l'axe en bas). Vous retrouvez les classiques comme la timeline, le nuage de mots-clés. Et d'autres plus spécifiques comme le radar de Radarly qui présente les catégories des contenus.

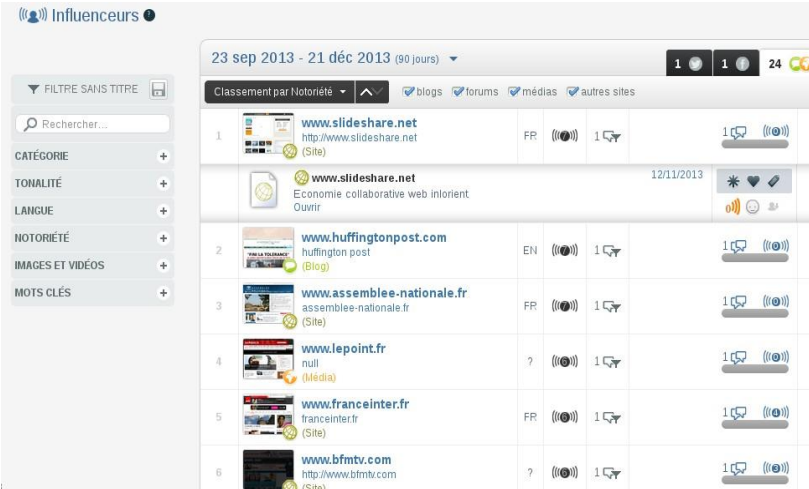


Les données mises en forme peuvent être filtrées pour répondre à des questions spécifiques. Si la mise en forme ne vous convient pas ou que vous souhaitez croiser les données, les retravailler, il est possible de les exporter en CSV ou de les récupérer directement en tant qu'image pour les intégrer à un rapport.

Passons à la partie Community Management

Outre cet aspect veille, Radarly est avant tout un outil pour gérer sa présence sur les réseaux sociaux et mettre en place une stratégie pour réussir sur les réseaux.

Radarly propose des fonctions avancées pour détecter les « influenceurs » sur un sujet. Un score d'influence et de notoriété est même calculé par Radarly. Les influenceurs sont identifiés sur Facebook, Twitter et les sites et blogs influents.



The screenshot shows the 'Influenceurs' section of the Radarly tool. It features a sidebar on the left with filters for 'CATÉGORIE', 'TONALITÉ', 'LANGUE', 'NOTORIÉTÉ', 'IMAGES ET VIDÉOS', and 'MOTS CLÉS'. The main area displays a list of influential sources, sorted by 'Classement par Notoriété'. The list includes:

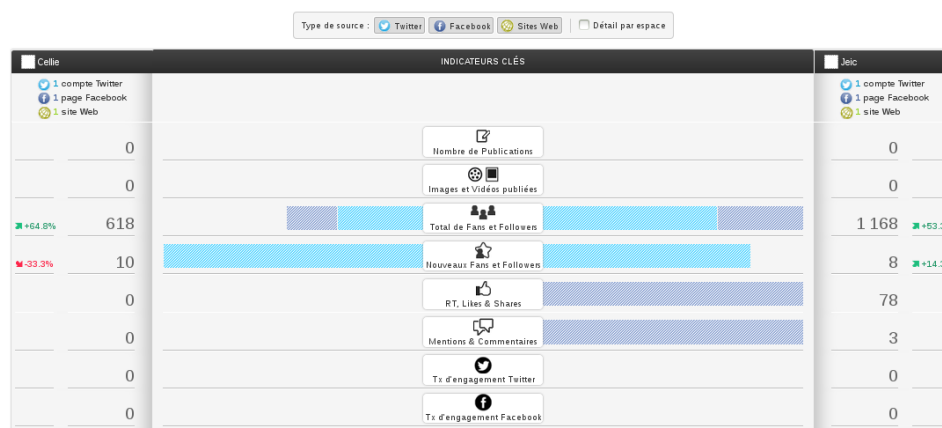
Rang	Site/Blog	URL	Langue	Notoriété	Influence	Actions
1	www.slideshare.net	http://www.slideshare.net (Site)	FR	(●●●)	1	1 (●●)
12/11/2013						
2	www.huffingtonpost.com	huffington post (Blog)	EN	(●●●)	1	1 (●●)
3	www.assemblee-nationale.fr	assemblee-nationale.fr (Site)	FR	(●●●)	1	1 (●●)
4	www.lepoint.fr	null (Média)	?	(●●●)	1	1 (●●)
5	www.franceinter.fr	franceinter.fr (Site)	FR	(●●●)	1	1 (●●)
6	www.bfmtv.com	http://www.bfmtv.com (Site)	?	(●●●)	1	1 (●●)

Une fois de plus, l'onglet à droite permet de filtrer les données. Ces influenceurs sont intéressants pour développer une stratégie sur les médias sociaux qui soit pertinente.

Pour aller plus loin ou avoir des éléments de comparaison, dans l'onglet Duel, il est possible de faire « s'affronter » différents comptes sociaux. Ici Jeic VS Cellie.

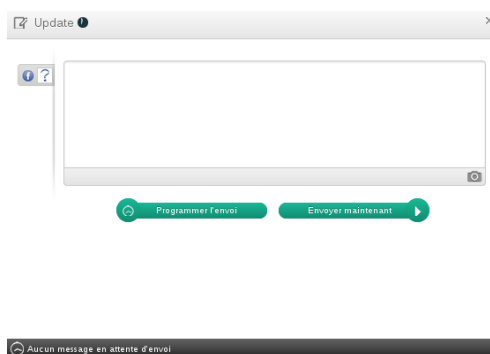


Il est possible de pousser le duel pour avoir des données assez précises.



Ces données bien utilisées peuvent avoir un intérêt et notamment donner des indicateurs, certes partiels, sur la réussite d'une campagne de communication et du management de Twitter et Facebook.

Enfin, le dernier onglet permet de poster du contenu sur les différents réseaux.



Enfin, le tout peut être configuré dans le dernier onglet paramètre. On y retrouve vos équations de recherche, vos comptes sociaux, vos sources. Point très intéressant, dans le dernier onglet, l'onglet reporting et alertes, il est possible de configurer des alertes pour être informé quand certain événements arrivent. Ainsi, vous pouvez être alerté si vous perdez plus de 10 fans ou followers en 24 heures ou si des comptes concurrents gagnent plus de X followers ou fans.



Au final, Radarly est une solution qui se positionne à la croisée des chemins entre la veille et le CM, ce qui est intéressant notamment pour les directions communication et marketing mais qui peut frustrer certains veilleurs, l'outil n'allant pas toujours assez loin.

Les + :

- Interface ergonomique et agréable
- Certaines fonctionnalités intéressantes notamment pour le CM
- L'écriture des équations de recherche

Les - :

- Des contenus indésirables qui remontent parfois dans les résultats
- Plus la quantité d'information augmente, plus l'outil a besoin de temps pour traiter l'ensemble
- Manque de livrables proposable directement

Pour tester vous-même la solution Radarly, vous pouvez faire une demande, directement sur le site de [Linkfluence](#). L'outil est disponible à partir de 490€/mois (pour 5 000 retombés par mois), à 3 490€ pour (2 500 000 retombés par mois).