

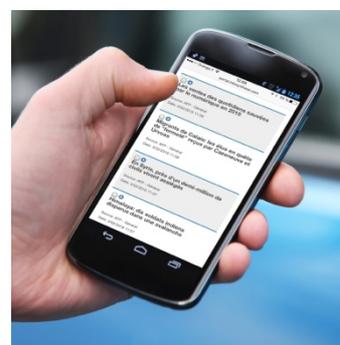


Avec Infosynthèse, bénéficiez d'un portail unique pour suivre l'actualité et être alerté en temps réel sur les sujets pour lesquels vous êtes en veille. Les flux que gère Infosynthèse sont regroupés en une seule interface et vous permettent de suivre à la fois des sources issues d'agences de presse comme l'AFP, Reuters, Dow Jones, etc., des abonnements à des flux RSS ou encore du réseautage au travers de Twitter.

Alerte Veille par mail ou SMS

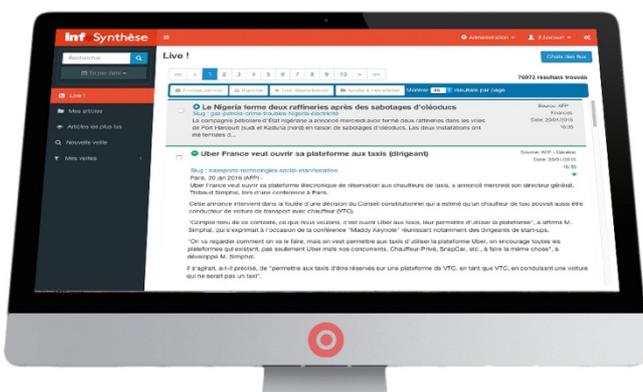
Infosynthèse vous alerte dès la réception de l'information et quelque soit sa source. Le moteur de recherche qui vous a permis de cibler vos articles est le même que celui utilisé pour le traitement des alertes, ainsi, vous recevez précisément l'information demandée. Les données sont accessibles depuis votre poste fixe, tablette ou encore votre smartphone.

Le service est opérationnel **24h/24 7J/7** avec un haut niveau de disponibilité. L'information est **traitée en temps réel**, qu'elle provienne d'un flux d'agences de presse, d'un abonnement **RSS** ou d'un flux **Twitter**.



Protégez-vous des **Badbuzz**, surveillez votre **e-Reputation**, vos concurrents, vos produits, votre secteur industriel. Validez votre plateforme nationale et internationale.

Service de presse / dossier de presse



Pour les services de presse, **Infosynthèse** propose des fonctionnalités de partage personnalisé de l'information. Lorsque des articles pertinents sont identifiés par le système ou vous-même, vous pouvez créer un **dossier de presse** que vous pourrez transmettre à tout moment aux personnes concernées.

Votre **revue de presse** pourra être personnalisée et agrémentée de commentaires pour rendre pertinente votre information.

Créez votre propre Newsletter, conformément à votre charte pour partager automatiquement celle-ci avec les services demandeurs d'une veille ou pour appréhender toutes **gestions de crise**.

Infosynthèse facilite le travail quotidien des chargés de presse ou de veille, en leur préparant automatiquement les dossiers sur les sujets à suivre.

Recherche / Archivage

Infosynthèse peut archiver l'information sans limite de temps tout en maintenant une recherche efficace. Les flux issus des **agences de presse**, de vos abonnements **RSS** ou **Twitter** sont conservés dans la plateforme **Infosynthèse** et consultables à titre d'archive pendant toute la durée de votre abonnement.

Infosynthèse vous permet de réaliser des **recherches multi critères** sur des volumes considérables d'informations tout en maintenant un **temps de réponse immédiat**.

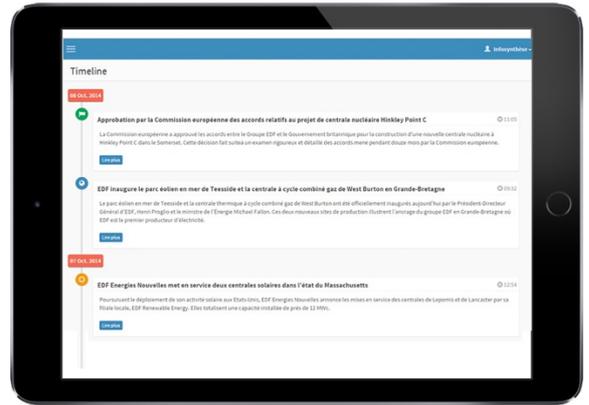
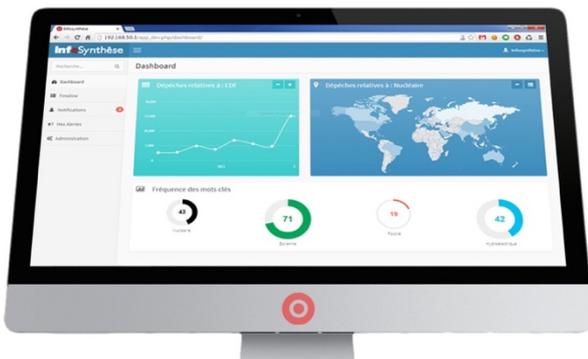


Tableau de bord



Une **visualisation graphique** de votre recherche vous permet d'avoir une vision globale de l'information. Ainsi, vous pourrez rapidement identifier les **pays** impactés, la **pertinence** tout au long de l'année ou encore les **sujets annexes** à votre recherche.

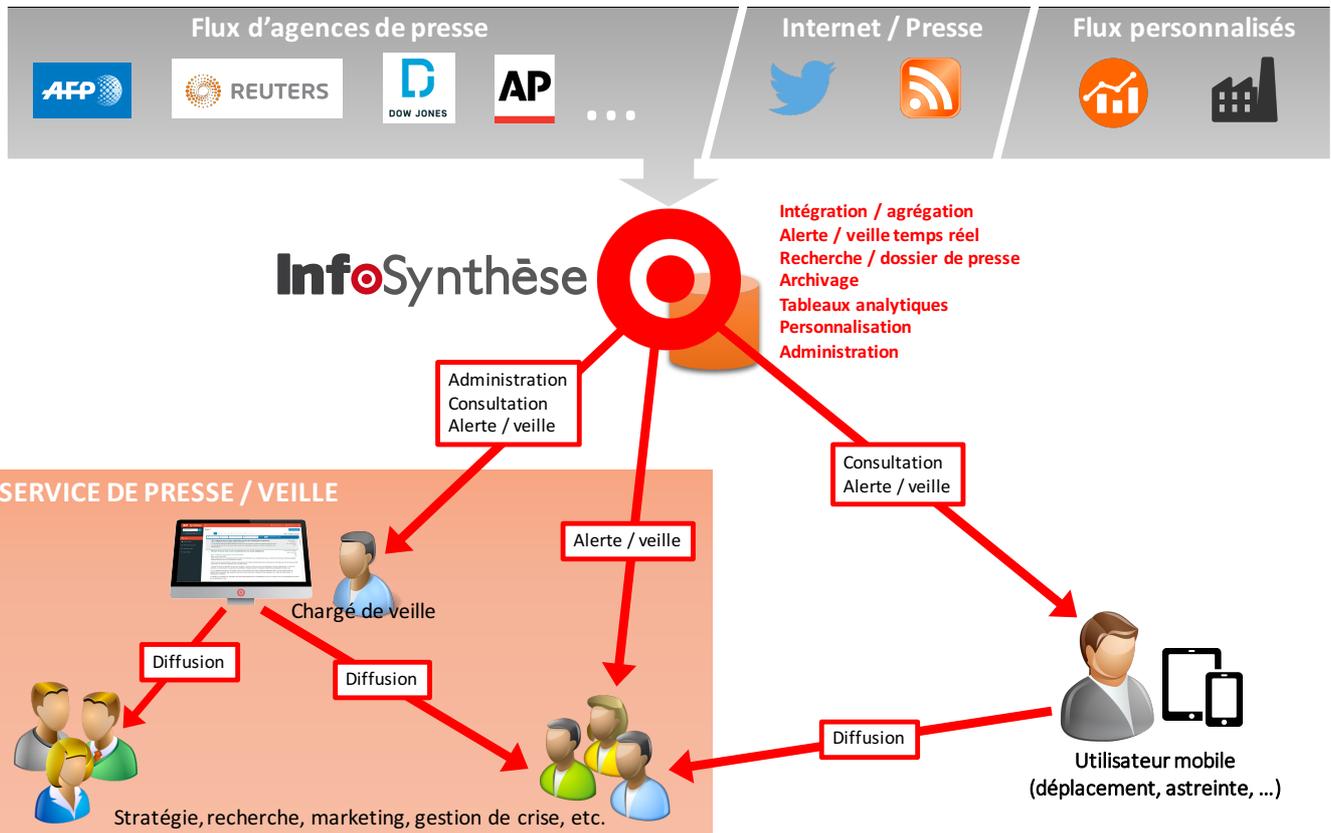
Vos recherches peuvent être schématisées de façon géographique, temporelle ou encore relative.

- Quels sont les pays ou régions les plus impactés par un événement ?
- Quelle période de l'année a été la plus médiatique pour votre entreprise ?
- Quels sont les sujets qui reviennent le plus souvent par rapport à un de vos produits ou une de vos marques ?

En mode hébergé ou sur site

Infosynthèse est un service accessible en **mode Saas** par abonnement. Pas d'investissement dans une infrastructure, et la possibilité d'intégrer en autonomie vos propres flux d'information : dépêches d'agences, flux internes, abonnements internet, ... Vous êtes autonome dans la gestion des flux ainsi que le suivi des utilisateurs et de leurs filtres. Vous bénéficiez d'une architecture sécurisée et **disponible 24H/24 7J/7**.

Infosynthèse peut également être installé sur site sur serveur physique ou virtuel. Il est possible de répondre à toutes les contraintes de sécurité et d'exploitation propres à vos exigences.



Fonctionnalités

Fonctionnalités	Version Business	Version Presse
Intégration de flux RSS et Twitter	✓	✓
Intégration des flux d'agences de presse		✓
Recherche avancée	✓	✓
Tableau de bord		✓
Archivage	✓	✓
Alerte / Veille en temps réel	✓	✓
Rediffusion interne / service de presse		✓
Administration autonome	✓	✓
Intégration de la charte de votre Entreprise		✓
Accès Mobiles et Tablettes	✓	✓
Haute disponibilité 24h/24 7J/7	✓	✓
Solution hébergée (Abonnement Cloud)	✓	✓
Option Serveur sur site		✓
Authentification AD, LDAP entreprise		✓
Support hot line ⁽¹⁾	✓	✓

⁽¹⁾ support disponible de 9h00 à 18h00 du lundi au vendredi

**Infosynthèse est accessible à partir de 50 euros par mois⁽²⁾.
Essai gratuit de 30 jours sur demande.**

⁽²⁾Version Business.

PETIT BATEAU juin 2011 – Accusé de sexisme

Cela devait être enfantin. Quelques internautes y ont vu un signal caractérisé de sexisme. Sur ses modèles de bodies pour petite fille collection été 2011, la marque Petit Bateau inscrivait "jolie, têtue, rigolote, douce, gourmande, coquette, amoureuse, mignonne, élégante, belle". Sur les modèles pour petit garçon, il était écrit "courageux, fort, fier, vaillant, robuste, rusé, habile, déterminé, espiègle, cool". Fallait-il comprendre qu'une fille ne peut être "habile" et qu'un garçon ne peut être "élégant" ? Dénoncée par une internaute sur Facebook, la maladresse de Petit Bateau est devenue une polémique dont s'est délecté le réseau social : le bodygate. Jusqu'à pousser, la marque elle-même à tenter d'éteindre l'incendie en publiant un message sur sa propre page Facebook puis sur Twitter.

LA REDOUTE janvier 2012 – Bad Buzz de l'homme nu

C'est le cas d'école de la gestion d'une crise de réputation sur Internet. Lorsque, début janvier 2012, des internautes repèrent sur le catalogue en ligne de la Redoute un homme nu sur une plage à l'arrière plan d'une photo représentant des enfants courant sur le sable, il était déjà trop tard pour nier. Un peu plus d'une heure après les premiers tweets moqueurs, le commerçant à distance s'excusait déjà depuis son compte Twitter. Mieux, moins d'un mois plus tard, La Redoute retourne le « bad buzz » à son avantage en lançant un jeu : les internautes sont appelés à traquer les éventuelles autres erreurs de photo sur le site laredoute.fr. A la clef, une tenue des pieds à la tête offerte. Résultat, le groupe apparaît comme une entreprise réactive et proche de ses clients.

ORANGE juillet 2012 – Grosse panne réseau

Une « mégapanne » de douze heures un vendredi après-midi touche le réseau Orange. D'autant plus, le jour des résultats du baccalauréat et un jour de départ en vacances. Sur le pied de guerre, les équipes d'Orange, ont réparé la panne logicielle depuis le centre de crise mis en place en urgence par l'entreprise, sous les yeux de la ministre déléguée à l'économie numérique, Fleur Pellerin. Le problème technique corrigé, c'est son PDG, Stéphane Richard, qui annonce une journée de gratuité pour les abonnés.

SPANGHERO janvier 2013 – Scandale de la viande cheval

Findus est touché de plein fouet par le scandale. En lieu et place de viande de bœuf, de la viande cheval a été retrouvée dans ses plats préparés de lasagnes. La tromperie a été découverte au Royaume-Uni. L'enquête est en cours pour déterminer la responsabilité de Findus et de ses sous-traitants dans cette affaire. Mais ce que les médias britanniques ont déjà baptisé le "Horsegate" va de toutes façons avoir des répercussions sur l'image de l'entreprise de produits surgelés.

VOLKSWAGEN septembre 2015 – Fraude sur le logiciel de dépollution

Nul doute que « Das Skandal-Auto » qu'affronte Volkswagen constitue déjà un cas d'école en matière de gestion et de communication de crise. L'affaire est tellement grave que l'on peut se demander comment un groupe, si puissant soit-il, peut mettre en place une communication efficace et optimale pour remettre sur pied une réputation déjà à terre et se prémunir d'un maelström économique, financier, judiciaire et social.

Les conséquences de la gigantesque tricherie sur les émissions polluantes des véhicules diesel de la firme allemande sont d'ores et déjà colossales : des milliards de dollars partis en fumée en Bourse, 11 millions de voitures concernées, un rappel massif de véhicules au coût encore impossible à chiffrer, une réputation sérieusement écornée. Et ce n'est pas terminé : le groupe peut s'attendre à une sanction financière stratosphérique de la part de la très peu magnanime NHTSA américaine (agence fédérale en charge de la sécurité routière), une enquête au pénal sera ouverte aux Etats-Unis, sans parler des responsables politiques qui, de la France à la Corée du Sud en passant par l'Italie, demandent des explications. Sans oublier, au final, la désaffection redoutée des consommateurs du monde entier.