



TD4

LAQUET GUILLAUME, CHENAIS AURORE,
TUMGUR FANNY, RAHOUA MERIAM

ANALYSE E-REPUTATION

NETFLIX

université
PARIS-SACLAY

IUT DE SCEAUX

ANNÉE UNIVERSITAIRE 2023/2024

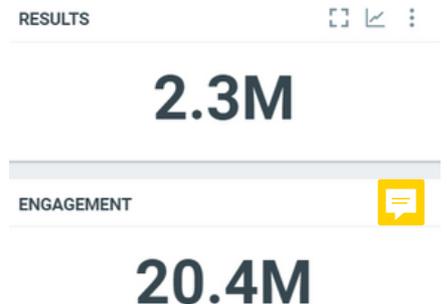
SOMMAIRE

SENTIMENT GENERAL DES INTERNAUTES	1
PROFIL DES INTERNAUTES	2
INFLUENCEUR	2
INSIGHTS POSITIFS	3
INSIGHTS NEGATIFS	4

SENTIMENT GENERAL DES INTERNAUTES

Netflix est LA plateforme de streaming la plus populaire au monde. Avec environ 240 millions d'abonnés dans le monde et des séries toujours aussi populaires, la marque fait régulièrement parler d'elle sur les plateformes digitales. C'est pourquoi les impressions des internautes auprès de Netflix sont nombreuses et variées comme nous le montrent les données récoltées.

Tout d'abord, on remarque que Netflix possède véritablement un fort engouement sur Internet. En effet, la marque a suscité plus de 2 millions de réactions au cours des 7 derniers jours dans le monde, dont 34 200 posts en France. Par ailleurs, on observe plus 20 millions de réactions liées à ces posts sur Netflix, ce qui prouve la popularité de la plateforme qui suscite des réactions quotidiennes variées sur le net.



SENTIMENT

28.8%
😊 POSITIVE

7.2%
😞 NEGATIVE

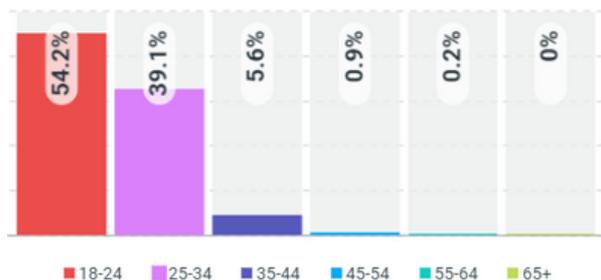
Concernant l'opinion des internautes vis à vis de Netflix, on constate une opinion globale nettement positive. En effet, près de 29 % du sentiment global est positif, ce qui est 4 fois plus important que l'opinion négative qui est de seulement 7%. De même, les réactions d'internautes jugées comme neutres par le logiciel sont principalement positives, avec de nombreux posts qui traitent des nouvelles séries de la semaine sur la plateforme. Il est intéressant de noter qu'en France le sentiment est encore plus positif que dans le reste du monde avec 33 % d'opinion positive.

A travers toutes ces données, on remarque que Netflix possède une forte influence en ligne avec des millions de réactions dans le monde qui démontrent à quel point Netflix est ancrée dans la culture digitale et, surtout, à quel point elle est appréciée par les internautes avec une image de marque globalement positive. En outre la sortie régulière de séries fait toujours réagir les internautes, comme le montre le graphique ci-dessous qui représente le nombre de réactions au cours de la semaine, avec un pic à 53 000 résultats.



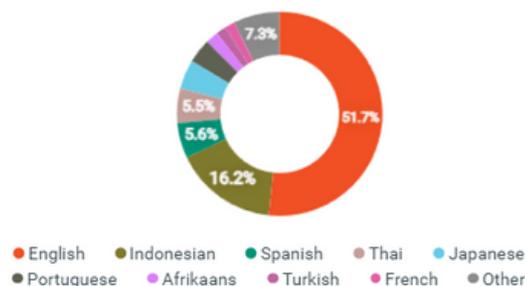
PROFIL DES INTERNUTES

Concernant le profil des personnes qui parlent de Netflix sur les plateformes digitales, on remarque une légère majorité de femmes qui représentent près de 54 % des internautes.



Au sujet de l'âge des internautes, nous observons une nette majorité de personnes jeunes avec plus de la moitié faisant partie de la tranche 18-24 ans. Nous retrouvons ensuite les 25-34 ans qui représentent 39 % de l'ensemble. Au total, plus de 93 % des personnes parlant de Netflix ont donc moins de 35 ans.

Pour finir, on observe que les personnes qui commentent sur la plateforme sont en majorité des anglophones qui représentent 50 % du total. Plus surprenant, les indonésiens constituent la deuxième population qui parle le plus de Netflix avec 16 %. Les francophones ne représentent quant à eux que moins de 2 %.



INFLUENCEUR

@DiscussingFilm sur X (Twitter)



Avec plus de 1,2 millions d'abonnées, ce média d'influence et de critique est un puits d'informations relayant les dernières informations ou avis sur Netflix. Le compte a une visibilité de plus de 2 millions par tweet posté ce qui leur permet de jouer un rôle crucial vis à vis de l'opinion et la promotion en streaming de la plateforme.

Discussing Film a publié un tweet mettant en avant l'arrivée de l'animé Scott Pilgrim le 27/09 sur Netflix. En seulement 2 jours, le tweet compte plus de 24k de retweets, 10k de réponses et 160k de likes.

Ainsi, au vu des statistiques du compte, nous pouvons observer l'impact que peut avoir de tels comptes sur les utilisateurs. Ils peuvent contribuer à créer de l'engagement, à susciter l'intérêt du public mais aussi à générer des discussions autour des titres de Netflix autant positive que négative.

INSIGHTS POSITIFS

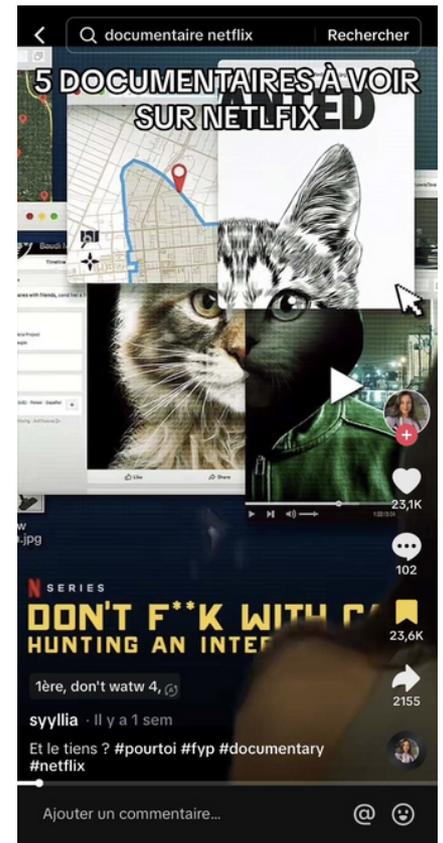


RECOMMANDATION DE DOCUMENTAIRES

La créatrice de contenu Syylia a publié sur Tiktok le 24/09 une vidéo dans laquelle celle-ci a recommandé 5 documentaires de la plateforme Netflix, en affirmant que ceux-ci étaient de qualité. Dans le Tik Tok, Syylia a fortement conseillé aux internautes d'aller les visionner. Nombre de ceux-ci sont, par la suite, allés voir ces documentaires comme en témoigne le nombre conséquent de partages ainsi que les commentaires. 

Syylia comptabilise près de 20 000 abonnés et sa vidéo a récolté 287 000 vues, 23,1 k de likes ainsi que plus de 2 500 partages.

Il s'agit d'un insight positif pour Netflix. Le titre de la vidéo « 5 documentaires à regarder absolument sur Netflix » est très accrocheur, retient l'attention et pousse à la curiosité. De plus, Tiktok est devenu le réseau incontournable de ces dernières années et nombre de personnes se réfèrent à celui-ci dès lors qu'il s'agit de regarder un programme ou d'obtenir un avis. Des utilisateurs souhaitant regarder un documentaire ont donc pu se référer à cette vidéo. Les vidéos comme celle-ci créent un véritable engouement et contribuent à la communication de Netflix.



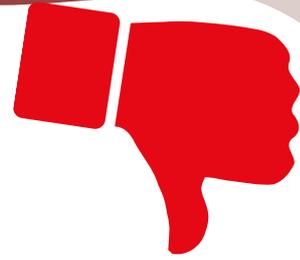
LES FILMS DE ROALD DAHL SUR NETFLIX



DiscussinFilms est un compte reconnu sur X tel qu'il a été présenté précédemment. Le compte met régulièrement en avant le contenu de Netflix et a notamment posté un tweet le 30/09 abordant la disponibilité des films de Roald Dahl sur Netflix. La news est accompagnée d'un lien vers leur critique de ces films où ils sont loués d'éloges. Ce post a touché 1,8 millions d'utilisateurs et comptabilise 23,5k de likes ainsi que près de 3k de retweets.

Cette news a été accueillie de manière positive par les internautes avec des commentaires et retweets satisfaits par la nouvelle.

INSIGHTS NÉGATIFS



CRITIQUE DU CONTENU DE LA PLATEFORME

Une vidéo sortie récemment par la chaîne Youtube espagnole “DrossRotzank”, qui comptabilise 23 millions d’abonnés, a fait le buzz pour sa critique du contenu audiovisuel de la marque au cours de ces dernières années. Baptisée “Les 7 pires atrocités de Netflix”, elle liste 7 séries et films jugés comme des échecs pour la plateforme.

A l’origine, la vidéo parle simplement de contenu Netflix détesté par le public. Cependant, elle a suscité l’intérêt de nombreux internautes qui ont également exprimé leur mécontentement à l’égard de Netflix. On retrouve ainsi plusieurs commentaires critiquant la plateforme pour son contenu de plus en plus médiocre avec une mise en avant de films contenant des messages très politisés. Les récentes hausses de prix et la suppression de la possibilité de partager son compte avec autrui ont aussi été évoquées. Par ailleurs, la vidéo a ravivé la polémique autour d’un film de la plateforme qui avait été un véritable Bad Buzz pour la marque.

Il s’agit ici d’un insight négatif puisque la vidéo a récolté plus de 1,4 millions de vues en seulement 3 jours avec plus de 7 300 commentaires, qui, pour la plupart, soutiennent les critiques à l’égard de Netflix. Ceci s’inscrit dans un mécontentement régulier envers le service depuis plusieurs années.

A screenshot of a YouTube video player. The video title is "TOP: Las 7 peores atrocidades de Netflix" with 1.4 million views and 3 days old. The channel is "DrossRotzank" with 23.1 million subscribers. The video has 118k likes and 7.3k comments. A comment snippet is visible: "Hay que recordar que Netflix fué capaz de cancelar Inside Job, canceló Daredevil cuand...".

TOP: Las 7 peores atrocidades de Netflix
1,4 M de vues il y a 3 j #dross ...plus

DrossRotzank 23,1 M S'abonner

118 k Partager Télécharger

Commentaires 7,3 k

Hay que recordar que Netflix fué capaz de cancelar Inside Job, canceló Daredevil cuand...



DrossRotzank

@DrossRotzank · 23,1 M d'abonnés · 1,6 k vidéos

DrossRotzank es el canal dedicado a horror, misterios y conspiraciones más grande y visto... >

twitter.com/eldiariodross et 2 autres liens

S'abonner

REFERENCES

