

Visibrain explore et filtre Twitter

[Retour au sommaire de la lettre](#)

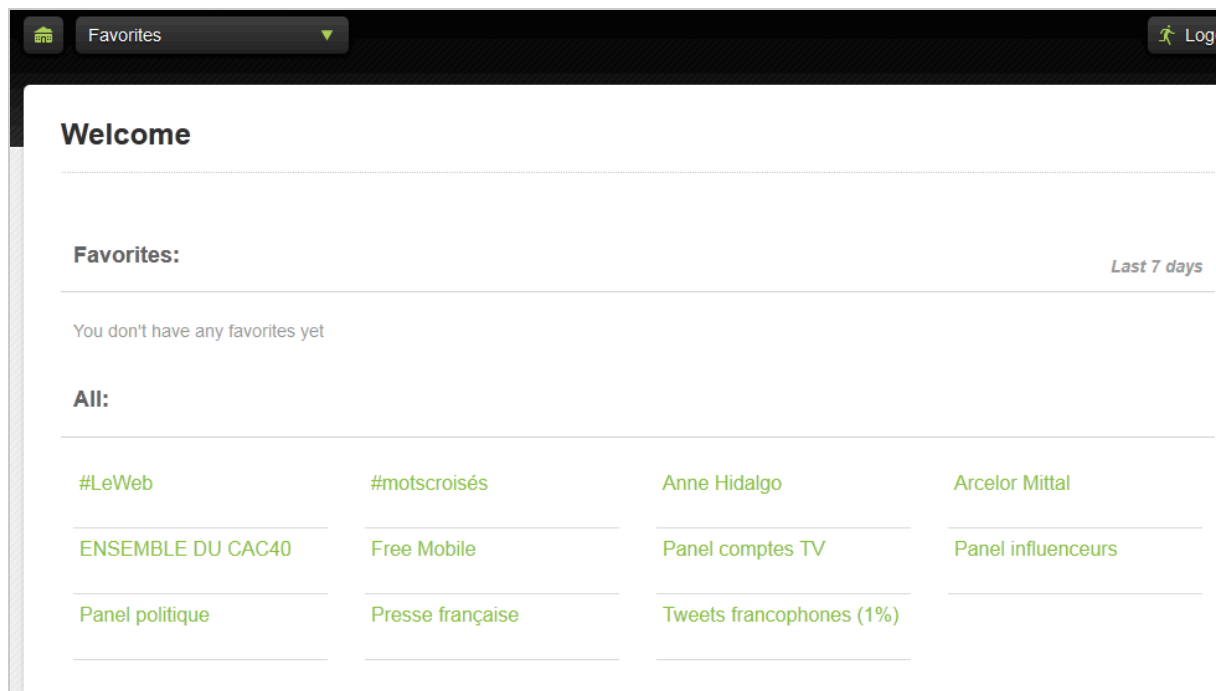
Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Visibrain est un outil en ligne - payant - qui permet d'explorer, d'analyser et de traiter les énormes quantités de données fournies par Twitter et ses quelques 600 millions d'utilisateurs sur la planète. Cette société française a déjà acquis quelques clients et références prestigieuses et pourrait rapidement devenir un acteur majeur du domaine. Son service en ligne a, en tout cas, de nombreux atouts à faire valoir...

Visibrain (<http://www.visibrain.com/>) est un service en ligne payant, positionné sur l'analyse des contenus diffusés sur Twitter. Il a été lancé par une start-up française éponyme, créée en 2011 et incubée par Télécom SudParis, avec pour objectif de permettre d'analyser ces contenus en temps-réel (un décalage de 4 secondes avec la publication sur Twitter est annoncé). Visibrain a été finaliste des grands prix de l'innovation de la ville de Paris 2012 et s'est fait connaître en proposant des statistiques sur la perception et le volume de tweets relatifs au débat entre les deux candidats entre les deux tours des élections présidentielles. Le monde politique constitue d'ailleurs une partie de la clientèle de Visibrain puisque l'équipe de campagne de François Hollande l'a utilisé et que la société équipe le service d'information du gouvernement (SIG). Mais les entreprises sont également ciblées puisque PSA-Peugeot-Citroën est également annoncée comme client.

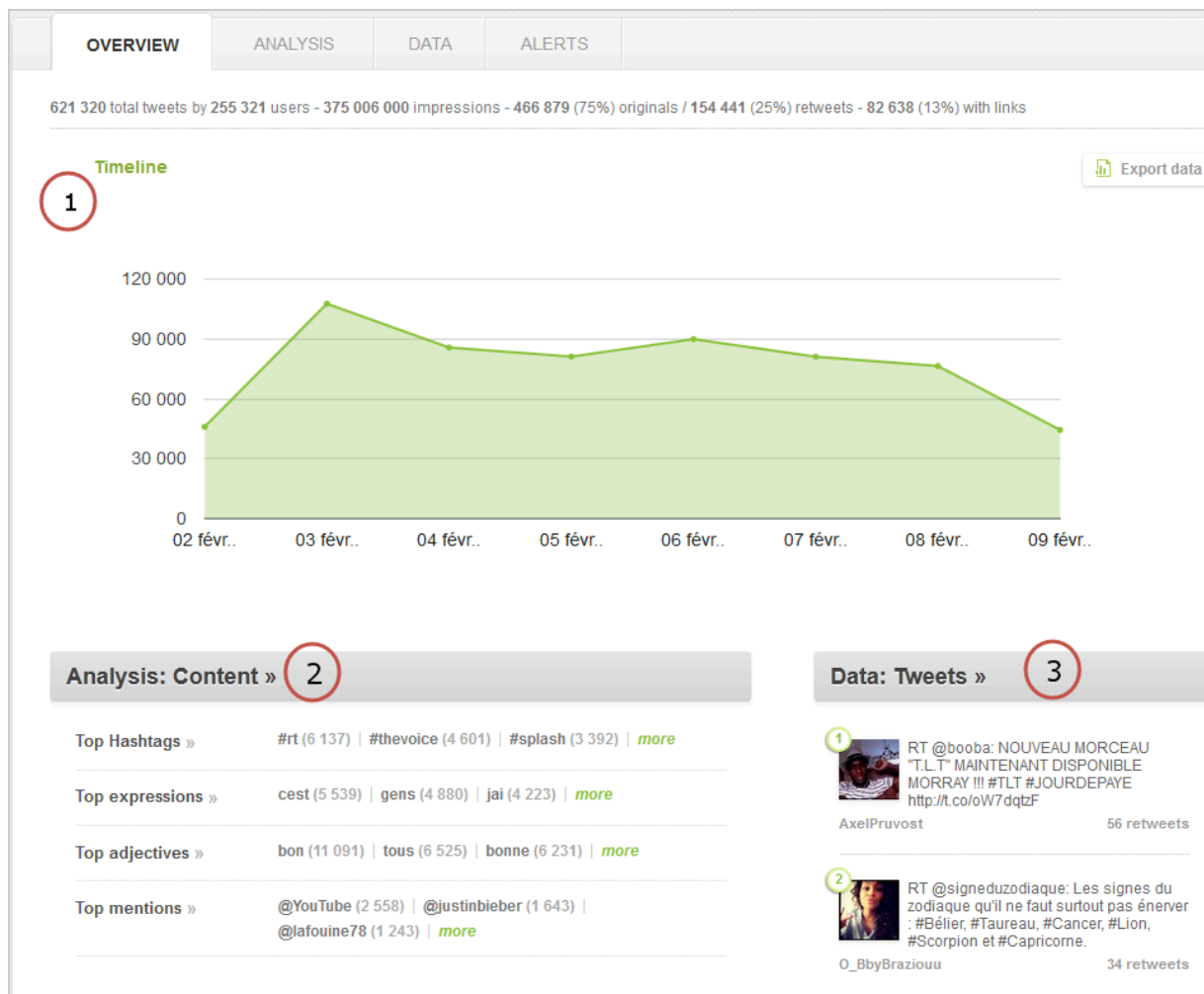
Page d'accueil et favoris

La page d'accueil permet d'accéder directement aux requêtes favorites que l'on a créées ou à des requêtes plus larges nommées concepts, qui sont des regroupements thématiques proposés par l'éditeur. Dans la version complète, c'est l'utilisateur qui peut créer ses propres regroupements.



C'est par le concept « Tweets francophones » (qui est un extrait de 1% du flux des tweets francophones) que nous entrons ici dans le service. La page qui apparaît alors est

intitulée « Overview » et permet, d'un seul coup d'œil, de prendre connaissance de très nombreux indicateurs statistiques rattachés à ce concept.



Par défaut la valeur temporelle affichée (en haut à droite) est de 24 heures mais elle est bien sûr paramétrable. Une granularité inférieure à 24h peut être affichée sur demande.

Un clic sur l'un des concepts affichés permet d'accéder à l'ensemble des données et options supplémentaires qu'il offre. On y trouve par exemple pour la période indiquée :

- Histogramme de fréquence des publications sur Twitter pour le concept choisi (1) ;
- Hashtags les plus cités (2) ;
- Expressions les plus citées (2) ;
- Adjectifs les plus cités (2) ;
- Comptes utilisateurs les plus cités (2) ;
- Tweets les plus retwittés (3) ;
- Données démographiques (4) ;
 - * Pays d'origine des tweets (géolocalisation) ;
 - * Langue ;
 - * Genre ;
 - * Audience (nombre de followers des comptes qui twittent) ;
 - * Occupation (activité déclarée dans la biographie) ;
 - * Centres d'intérêts déclarés dans la biographie ;
 - * Logiciel client utilisé pour twittter.
- Data Users : utilisateurs les plus populaires twittant sur le sujet (5) ;
- Analysis links (6) :
 - * Content type : type de contenus partagés dans les tweets (photos, vidéos, audio) ;
 - * Domaines d'où proviennent les liens (ex : Facebook, lemonde.fr,...).
- Data links (7) : titres des fichiers et pages auxquels renvoient les liens (7), ce qui constitue de fait une revue de presse en temps réel.

Analysis: Demographics » 4

Country » France (16 476) | Suisse (445) | Belgique (407) | [more](#)

Language » french (69%) | english (10%) | portuguese (2%) | [more](#)

Gender » other (72%) | female (14%) | male (13%)




Audience » very low (17%) | low (46%) | medium (28%) | high (8%) | very high (1%)

Occupation » journaliste (1 846) | student (739) | auteur (662) | [more](#)

Interest » musique (3 241) | music (2 141) | sport (1 525) | [more](#)






Client type » mobile (55%) | web/twitter.com (30%) | other (9%) | [more](#)

Data: Users » 5






-  **B_Giabiconi**
Baptiste Giabiconi
followers:1317001
followings:8765
listed:638
-  **lemondefr**
Le Monde
followers:1283504
followings:203
listed:18150
-  **MiamiBruce**
Bruce
followers:1271753
followings:154
listed:50

[more >>](#)

Analysis: Links » 6

CONTENT TYPE »	TOP DOMAINS »
text	 pic.twitter.com
photo	 facebook.com
video	 youtube.com
audio	 ask.fm
	 instagram.com

Data: Links » 7

-  Track your twitter unfollowers | Unfollowers.me
 unfollowers.me 370 tweets
-  Bienvenue sur Facebook. Connectez-vous, inscrivez-vous ou découvrez !
 facebook.com 211 tweets
-  JustUnfollow - Find and unfollow twitter users who unfollowed me

Les éléments présents dans cette page émergent suite à un traitement statistique simple, puisqu'il s'agit d'un classement des éléments quantitativement les plus présents/cités dans les tweets. Il semble toutefois qu'un minimum de sémantique a été intégré à la plateforme puisqu'on y trouve également des expressions et des adjectifs.

Filtrage et analyse des résultats

A côté de l'onglet « Overview » sont présents 3 autres onglets principaux « Analysis », « Data » et « Alerts ».

★

Tweets francophones (1%)

+

hashtag: mali

+

occupation: journaliste

i Tweets about **Tweets francophones (1%)** containing the hashtag **mali** posted by **journaliste** users

OVERVIEW

ANALYSIS

DATA

ALERTS

La puissance de Visibrain réside dans le fait que l'ensemble des indicateurs que nous venons de décrire vont pouvoir être mêlés les uns aux autres sous formes de filtres cumulatifs dont on pourra ensuite disséquer les résultats dans l'onglet « Analysis ». Rien de plus simple par exemple que d'obtenir les tweets francophones de la dernière semaine

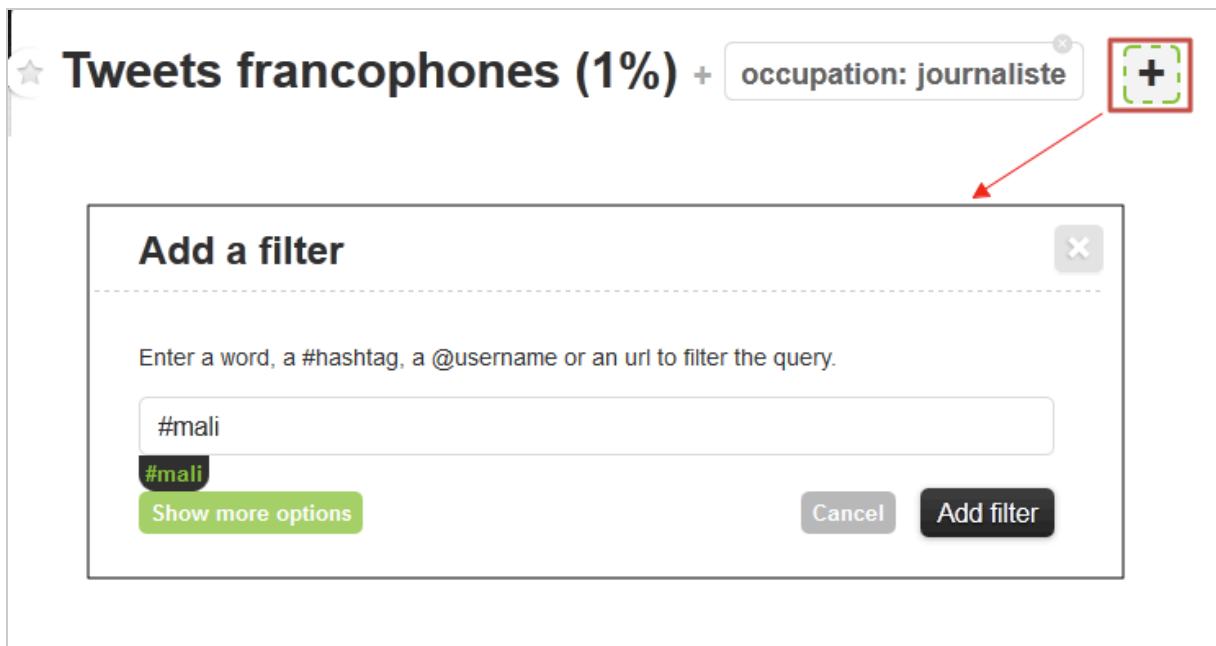
publiés par des journalistes et intégrant le hashtag #mali. Il suffit pour cela de choisir le filtre démographique « Journaliste ».

Analysis: Demographics »	
Country »	France (43) Morocco (3) South Africa (1) more
Language »	french (85%) english (5%) italian (1%) more
Gender »	male (50%) other (31%) female (19%)
Audience »	very low (5%) low (26%) medium (35%) high (28%) very high (7%)
Occupation »	journaliste (1 819) auteur (66) rédacteur (28) more
Interest »	politique (54) sport (41) foot (29) more
Client type »	web/twitter.com (37%) mobile (36%) web/related (10%) more

On constate alors que la page d'overview se reconfigure et que l'on passe de 618 000 tweets à 1 800. Par ailleurs, le filtre vient s'afficher en haut de la page et l'on sait donc en permanence quels résultats sont disponibles. Pour ajouter le hashtag #Mali deux possibilités, soit le rechercher dans les Top hashtags et cliquer dessus :

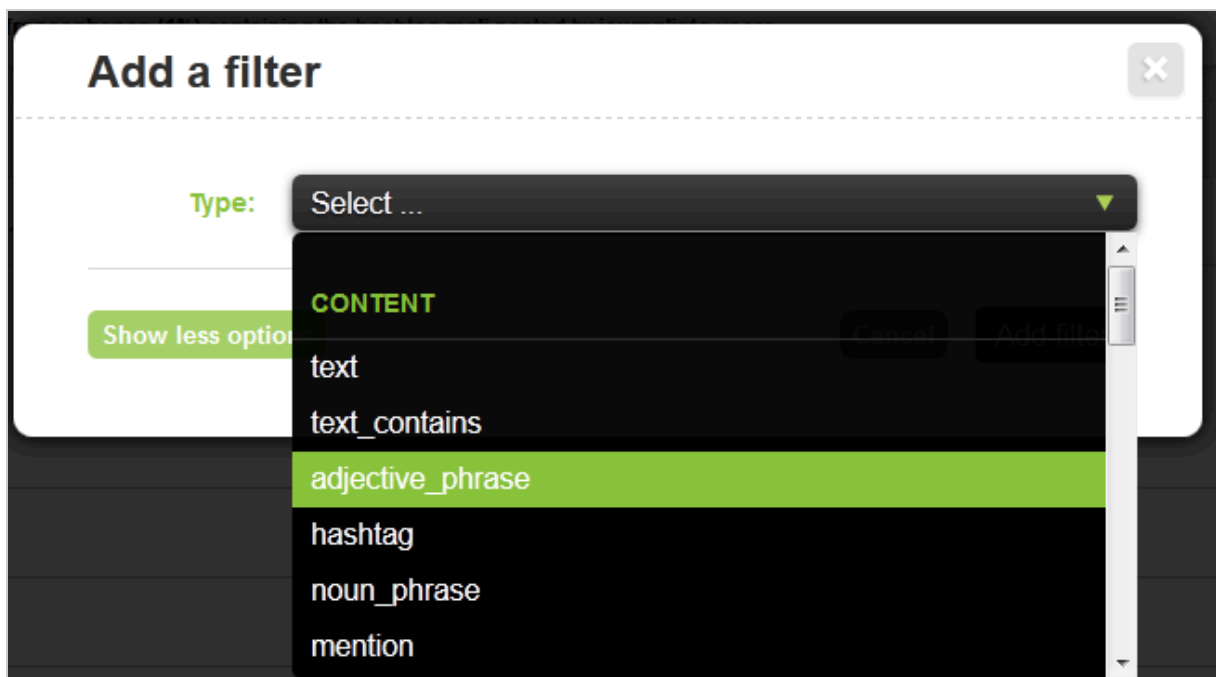
Analysis: Content »	
Top Hashtags »	#directan (49) #mariagepourtous (17) #tunisie (17) #splash (15) #ceic (14) #ch (14) #superbowl (14) #ff (10) #habs (9) #thevoice (9) #chokribelaid (8) #mali (7) #rugby (7) #gatineau (6) #victoires2013 (6) #can2013 (6) #france (6) #paris (6) more
Top expressions »	directan (33) cest (23) soir (20) more

Soit l'ajouter grâce au bouton + présent en haut de page. On passe alors à 7 résultats :



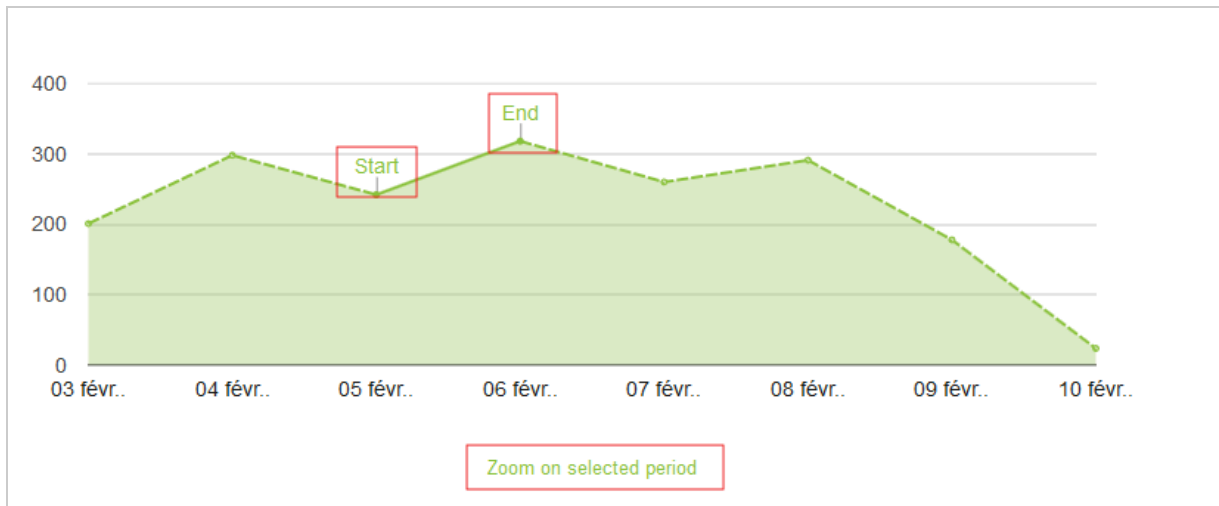
Cette seconde méthode offre plus de liberté dans l'interrogation puisqu'elle permet de sortir des tendances repérées par le système en tentant des croisements avec ses propres mots-clés et de vérifier ainsi l'existence de relations entre items. De fait il est parfaitement possible de ne pas prendre en compte les indicateurs statistiquement les plus significatifs et de n'utiliser que ses propres mots-clés et descripteurs pour filtrer les résultats d'un concept.

Notez qu'il est possible de construire des filtres avancées en cliquant sur le bouton « Show more options » :



On pourra par exemple afficher les tweets contenant des informations de géolocalisation ou uniquement ceux intégrant des liens.

Notons également que l'histogramme de fréquence peut servir d'outil de filtrage par dates puisqu'il est possible de cliquer dans les courbes pour définir une date de départ et une date de fin :

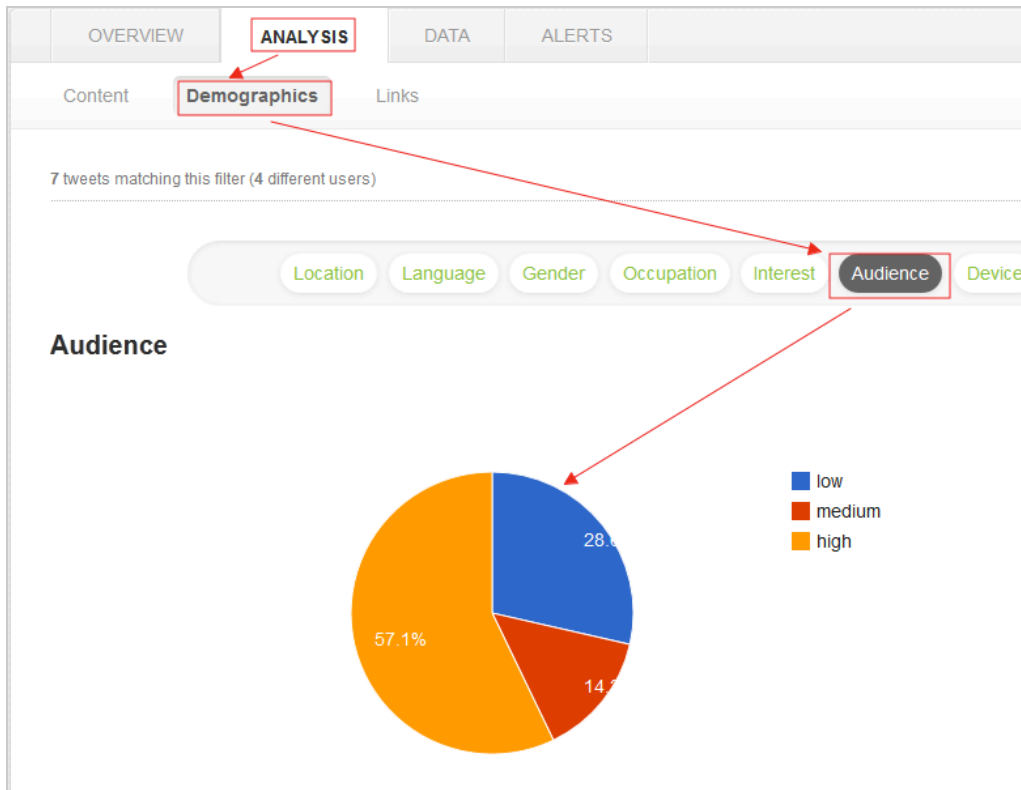


Grâce à l'onglet « Analysis » il va maintenant être possible d'explorer les données issues des filtres mis en place. On peut y « naviguer » par trois sous-onglets, « Content », « Demographics » et « Links », eux-mêmes subdivisées en plusieurs entrées :

The screenshot shows a software interface with a top navigation bar containing 'OVERVIEW', 'ANALYSIS', 'DATA', and 'ALERTS'. The 'ANALYSIS' tab is active. Below it, there are three sub-tabs: 'Content', 'Demographics', and 'Links'. The 'Content' sub-tab is selected. The main content area shows '7 tweets matching this filter'. Below this, there are four filter buttons: 'Hashtags', 'Expressions', 'Adjectives', and 'Mentions'. The 'Expressions' button is selected and highlighted with a red box. Below the filter buttons, the word 'Expressions' is displayed. A red-bordered box contains a list of expressions: 'femmes de gao', 'pièce', 'droit international', 'coeur de la formation', 'sécurité à gao', 'liberté retrouvée', 'reuters', 'drian', 'puzzle sahélien', 'manuscrits', 'tombouctou', 'accrochages', 'attentat suicide', 'mali en mars', 'gao', 'soldats maliens', 'trafic de cocaïne', 'mali', 'eumt', and 'bfmtv'. The word 'mali' is highlighted in a larger, bold green font.

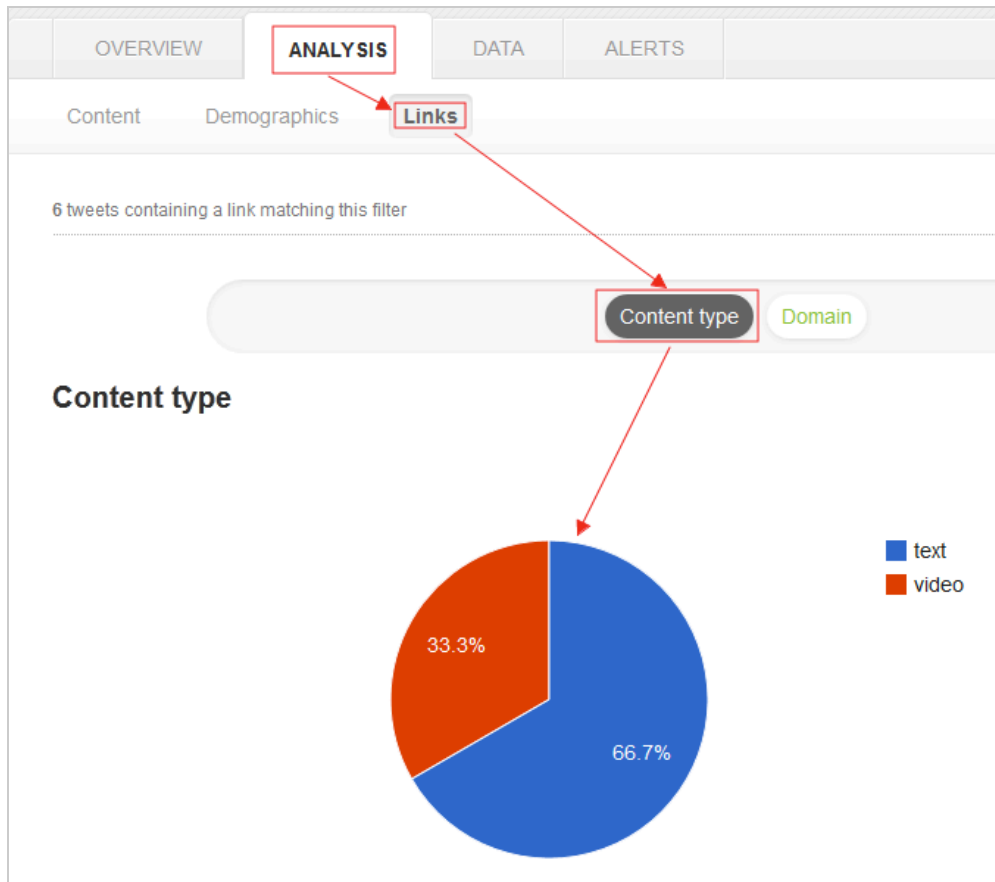
Dans cet exemple, nous faisons émerger les expressions les plus utilisées dans les tweets francophones des dernières 24h publiés par des journalistes et intégrant le hashtag #mali. Il va de soi que chaque expression visible dans le nuage de tags est cliquable et agit comme un filtre qui génèrera une nouvelle page de résultats.

Ce second exemple permet, pour le même filtrage initial, d'isoler les profils Twitter à forte audience grâce au sous-onglet « Demographics » :

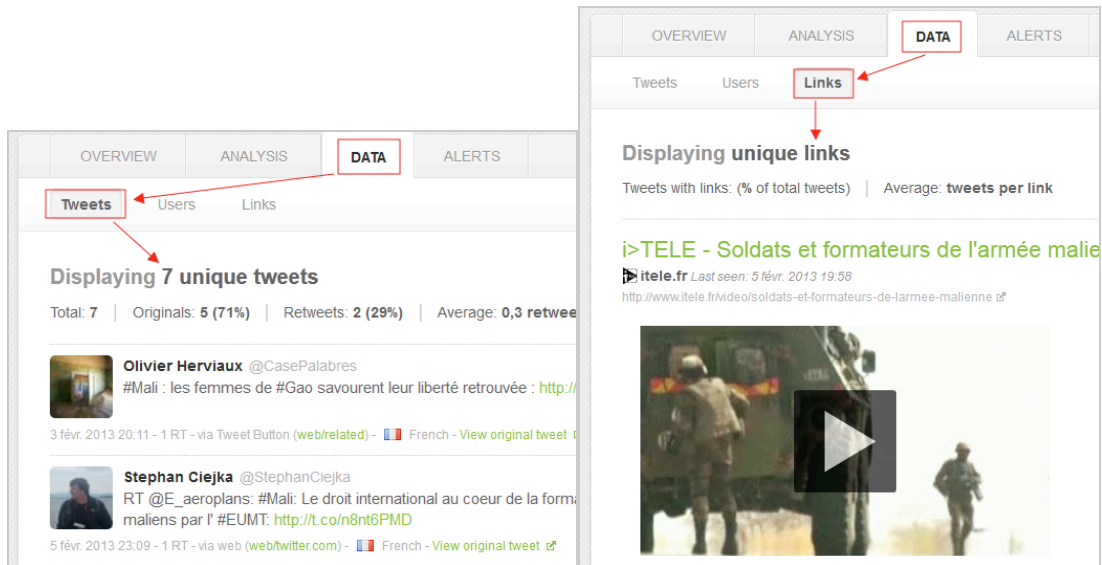


Là encore, un clic sur une des parties du camembert permet d'identifier les profils en question.

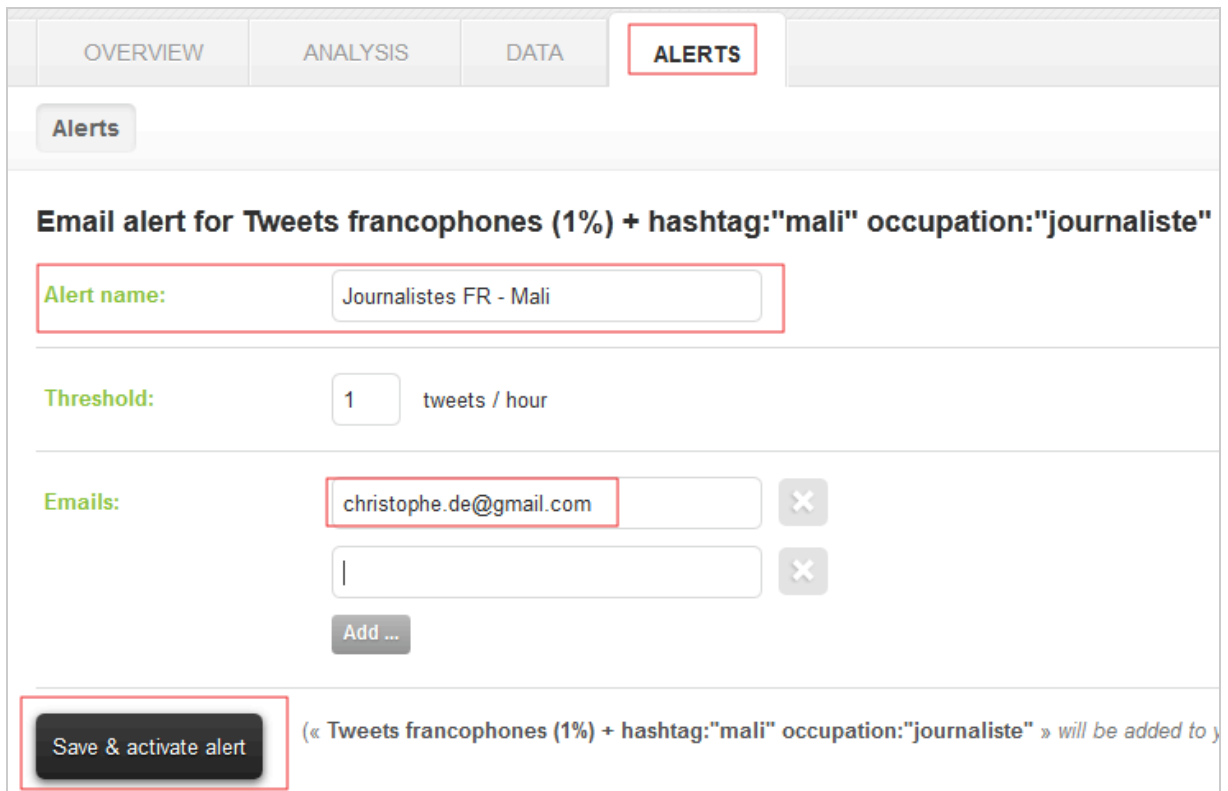
Ce troisième exemple affiche les liens partagés par type de contenu (ici « text » ou « video »):



Le troisième onglet principal de l'interface intitulé « Data » va permettre d'accéder directement aux contenus qui ont fait apparaître les agrégats. On peut ainsi accéder aux tweets initiaux, aux profils des utilisateurs ou encore aux contenus derrière les liens partagés par ceux-ci :



Enfin, le quatrième onglet principal, « Alerts », vous permet, comme son nom l'indique, de mettre en place des alertes pour être prévenu des nouveaux résultats correspondants aux filtres que vous avez configurés.



Notez qu'il est possible d'ajouter plusieurs destinataires.

Exemple d'email d'alerte :

Dear customer

Alerte Test (PSA + hashtag:"peugeot") had **2 tweets** (or retweets) during the last ho

1

#bagnole : une #peugeot 301 m'est rentrée dedans...un proto. Je vous dis pas quelle voiture est la plus esquintée !!!

18/09/2012 08:45 via Twitter for iPhone (mobile) - [view original tweet](#)

2

1
(re)tweets

3

 **@PLechevallier**
Pascal Lechevallier

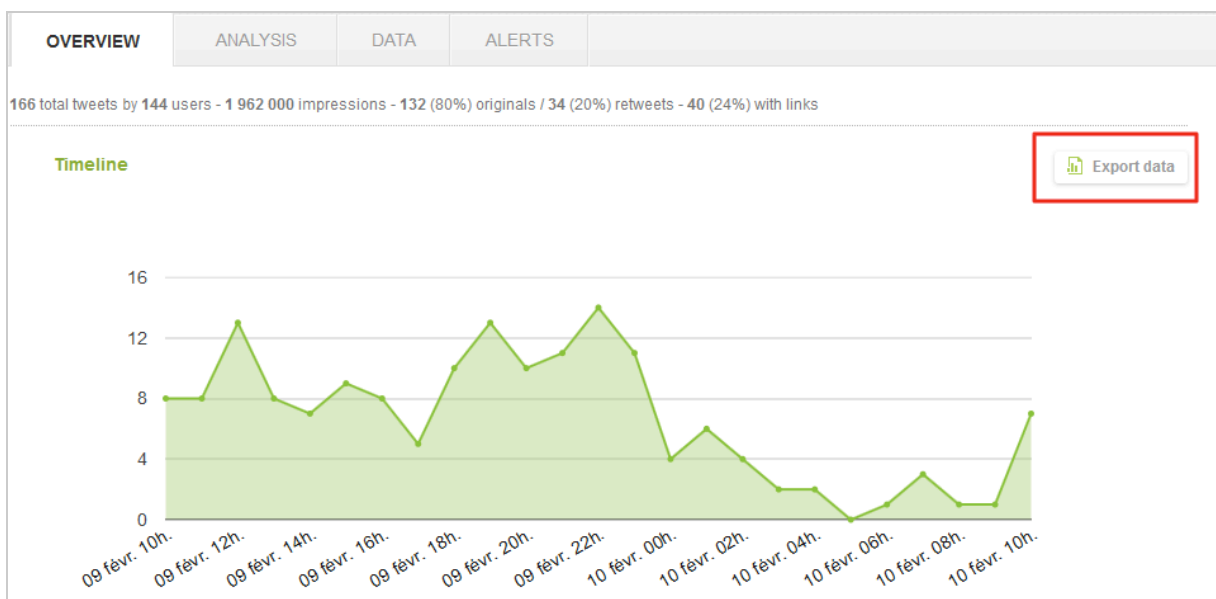
Ex #LeMonde #ZiffDavis #TF1. Now #SocialTV #VOD #SVOD #SmartTV #Presse #Apps. Blogger at #ZDNET. CEO at What's Hot Media : increasing your business 2gether.

2 703
Followers

Autre fonctionnalité importante, lorsque vos filtres sont configurés avec précision vous allez pouvoir les transformer en favoris, c'est-à-dire en requêtes enregistrées, d'un simple clic sur l'étoile présente en haut à gauche du titre de la page. Vous pourrez dorénavant le retrouver directement dans votre page d'accueil.

 **Tweets francophones (1%)** + **occupation: journaliste**

Enfin n'oublions pas de préciser que chaque page de résultats (c'est-à-dire tous les onglets principaux sauf celui d'alertes) peut être exportée au format .csv et donc récupérée dans un fichier Excel.



En conclusion, il nous est apparu que Visibrain était à la fois une solution extrêmement puissante et simple à prendre en main pour exploiter au mieux Twitter et les contenus

publiés par ses 600 millions d'utilisateurs. Ce dernier point est évidemment essentiel tant il serait facile de monter des usines à gaz autour de ce type de données et des représentations qu'elles permettent. Dans Visibrain, et à condition de maîtriser un minimum l'univers Twitter (hashtags, RT,...), on comprend toujours quels résultats émergent de nos actions et pourquoi.

Au rayon des regrets on pourrait considérer l'interface comme extrêmement fonctionnelle (ce qui est important) à défaut d'être « sexy » (ce qui peut le devenir dans un environnement à la concurrence exacerbée).

Avec des millions d'utilisateurs (600 pour Twitter) l'enjeu de l'analytics des médias sociaux est évidemment énorme et la concurrence ne pourra que s'accroître dans les mois qui viennent, à la fois de la part des éditeurs de solutions de e-réputation et de celle des « pure players » en analyse des médias sociaux. Après ces tests, il nous semble que la start-up française possède une belle carte à jouer.

Fourchette de prix : à partir de 500 € pour les agences et 2500 € pour les grands groupes.

Guide d'utilisation téléchargeable : <http://www.visibrain.com/Visibrain-Userguide-fr.pdf>

Christophe Deschamps

Consultant et formateur en gestion de l'information.

Responsable du blog Outils Froids (<http://www.outilsfroids.net/>)