

Un géant pharmaceutique prédit les risques 50% plus vite grâce à l'analytique intégrée

Présentation générale

Une entreprise biopharmaceutique mondiale peinait à gérer des informations réputationnelles fragmentées, dispersées entre des systèmes de veille médias, des sondages, des rapports ESG et des systèmes financiers cloisonnés. Sans vision unifiée, la Direction des Affaires Institutionnelles ne pouvait pas anticiper quelles narratives risquaient de devenir des risques d'entreprise, ni identifier les opportunités avant ses concurrents.

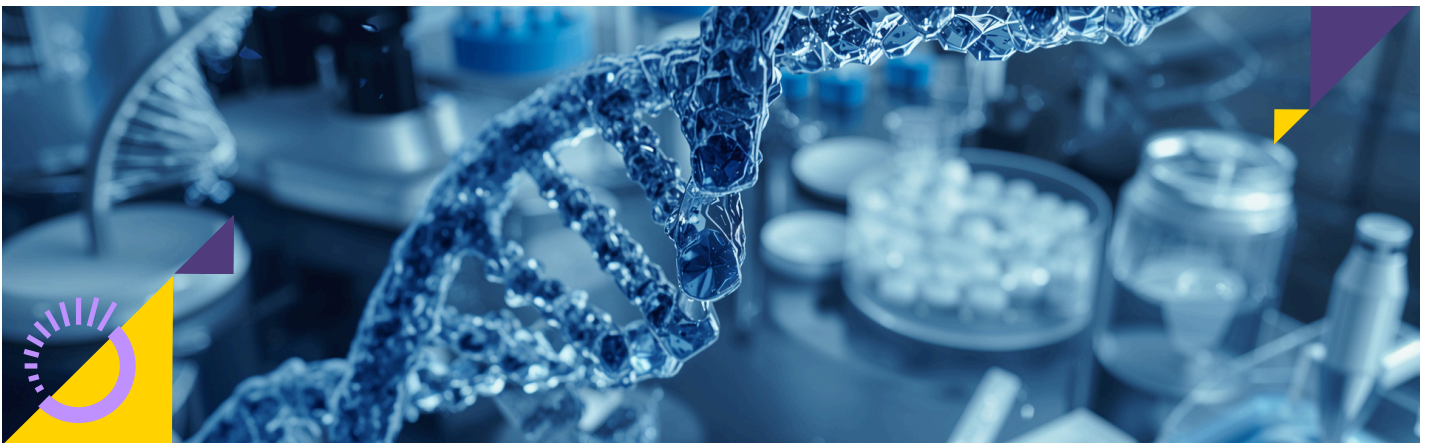
La veille médias intégrale et l'écoute sociale d'Onclusive, couvrant la presse digitale et papier mondiale, le broadcast et les plateformes sociales dont Reddit, TikTok, Bluesky et LinkedIn, est devenue le socle de données fondamental de la plateforme Darwin de Maha Global, alimentant 50% des signaux externes du système. Ce partenariat a transformé la manière dont l'entreprise identifie, mesure et gère le risque lié à la confiance et à la réputation, au sein des équipes Affaires Institutionnelles, Gestion des Risques d'Entreprise (ERM), ESG, RH et de la direction générale.

Chiffres clés

- **+7 points** | Amélioration du score de réputation sur la période d'évaluation
- **100%** | Flux de données médias désormais automatisés (vs. analyses épisodiques manuelles)
- **50%** | Onclusive alimente la moitié des signaux externes de Darwin
- **Trimestriel** | Cadence de reporting exécutif établie (vs. rapports ponctuels)
- **5 départements** | Utilisent désormais l'intelligence unifiée comme source unique de vérité
- **130+ pays** | Couverture médias mondiale via la plateforme Onclusive



L'analyse des signaux de sentiment et médias par Onclusive, combinée aux données de divulgations publiques et de performance opérationnelle dans Darwin, permet d'identifier les risques futurs associés à de mauvaises performances et à un sentiment négatif, ainsi que les opportunités de communication lorsque les performances sont solides mais que le sentiment est mitigé. Cela fournit des insights prédictifs sur l'exposition au risque et le potentiel narratif.





Le défi : des insights fragmentés et une capacité prédictive limitée

1. Des données cloisonnées et déconnectées

Les tableaux de bord médias, les sondages, les rapports ESG et les indicateurs financiers coexistaient dans des systèmes distincts, rendant difficile la compréhension de ce qui alimentait réellement le risque ou la valeur réputationnelle. Les équipes pouvaient observer les évolutions des métriques, mais ne parvenaient pas à établir le lien entre les narratives externes et la performance de l'entreprise.

2. Une veille manuelle et lente

Les équipes s'appuyaient sur des analyses épisodiques et des instantanés de sondages offrant peu de clarté diagnostique. Elles pouvaient constater que la réputation évoluait, sans en comprendre les raisons. Cette approche réactive laissait l'entreprise exposée à des problèmes émergents qui ne devenaient visibles qu'une fois déjà aggravés.

"Nous avons des données partout, mais aucun insight nulle part. La direction voulait savoir ce qui générait le risque réputationnel, et nous n'étions pas en mesure de lui fournir une réponse cohérente, car nos informations étaient dispersées sur six outils différents."

Directeur des Affaires Institutionnelles

3. Une influence stratégique limitée

Les insights étant réactifs et épars, la Direction des Affaires Institutionnelles peinait à élever le niveau des discussions vers la prévision et la gestion des risques à l'échelle de l'entreprise. La communication demeurait une fonction tactique plutôt qu'un conseiller stratégique auprès du comité de direction et du conseil d'administration.

4. Absence d'un système d'alerte précoce

L'entreprise ne pouvait pas anticiper le moment où la perception dépassait la performance, identifier où la pression narrative s'accumulait, ni prévoir quels problèmes pourraient susciter l'inquiétude des parties prenantes. Lorsque les problèmes parvenaient à l'attention de la direction, l'entreprise était déjà en mode gestion de crise.

5. Des obstacles à l'adoption et à l'intégration

Les équipes reconnaissaient la nécessité d'une plateforme unifiée, mais avaient besoin de flux de données alignés, de protocoles d'assurance qualité et de cadres de gouvernance pour instaurer la confiance dans tout nouveau système. Les tentatives d'intégration précédentes avaient échoué en raison d'une qualité de données incohérente et d'un manque d'adhésion transfonctionnelle.

La solution : Onclusive + Darwin, le socle de données pour une intelligence prédictive

L'entreprise a sélectionné Onclusive sur recommandation de Maha Global, afin d'unifier la veille fragmentée et d'établir une source unique de vérité. La plateforme d'Onclusive suit désormais les médias earned et sociaux à l'échelle mondiale sur différents canaux, dont des plateformes spécialisées comme Reddit et TikTok.

Cette couverture exhaustive a considérablement élargi l'échelle et la cohérence par rapport à la configuration précédente, qui reposait sur des outils régionaux déconnectés. L'analyse de sentiment et la veille en temps réel d'Onclusive fournissent une voix externe essentielle que Darwin analyse conjointement avec les données ESG, financières et opérationnelles.

"Les signaux de sentiment et médias d'Onclusive sont analysés aux côtés des divulgations publiques et des données de performance opérationnelle dans Darwin. Cela nous permet d'identifier les situations où de faibles performances associées à un sentiment négatif croissant signalent un risque futur, ou bien où de solides performances accompagnées d'un sentiment contenu révèlent une opportunité de communication à saisir. Le résultat est un insight prédictif sur l'exposition à la baisse comme sur le potentiel narratif à la hausse."

Direction générale



Darwin est la plateforme d'intelligence artificielle de Maha Global qui révèle les risques émergents, leur impact sur l'entreprise et les facteurs sous-jacents. Les dirigeants l'utilisent pour agir en amont, avant que la valeur ne s'érode. Elle identifie là où la perception est décalée de la réalité, là où le risque s'accumule ou la valeur se dissipe silencieusement.

[En savoir plus](#)





Fonctionnement : les cinq piliers de la solution

1. Une visibilité à spectre complet

Darwin a unifié les facteurs de gouvernance, produit, finance, ressources humaines, communauté et environnement en un cadre décisionnel d'intelligence unique, Onclusive assurant une couverture médias et sociale complète en tant que couche de perception externe.

2. Détection automatisée et proactive des problèmes

La veille continue d'Onclusive a remplacé les analyses manuelles dans les domaines clinique, réglementaire, prix, accès, ressources humaines, ESG et narratives concurrentielles. Les alertes en temps réel garantissent que les problèmes émergents atteignent les bons interlocuteurs avant qu'ils ne s'aggravent.

3. Analyse intégrée du sentiment, des divulgations et de la performance

Les signaux médias, les thèmes de divulgation et les indicateurs financiers ont convergé en une architecture unique, révélant les causes des évolutions de perception et leur lien avec la valeur d'entreprise.

4. Des insights prêts pour le comité de direction

Le reporting a évolué vers la prévision stratégique, avec une mise en perspective concurrentielle, une planification des scénarios et un cadrage des risques aligné sur l'ERM pour la direction et le conseil d'administration. Les insights portés par Onclusive alimentent désormais les reportings exécutifs trimestriels.

"Les insights Darwin, nourris par l'intelligence médias d'Onclusive, sont désormais intégrés aux reportings trimestriels pour la direction et le leadership, faisant passer les discussions sur la réputation de l'anecdotique au factuel."
Directeur des Affaires Institutionnelles

5. Un déploiement progressif avec une gestion rigoureuse des données

Maha Global a amélioré les flux de données Onclusive, développé de nouveaux tableaux de bord, conduit des contrôles qualité et accompagné l'intégration transfonctionnelle pour instaurer la confiance dans le système. Cette approche méthodique a favorisé l'adoption dans l'ensemble des cinq départements.

Application concrète : stratégie de prix et d'accès

L'analyse des données médias par Darwin a révélé que l'accessibilité des prix était le principal facteur influençant la réputation des entreprises biopharmaceutiques. Une perception négative des prix des médicaments, même en présence de bonnes performances cliniques, constitue un risque réputationnel significatif.

Bien que le score de réputation de l'entreprise ait progressé de 7 points, une comparaison avec les concurrents a montré que ceux qui avaient proactivement répondu aux préoccupations tarifaires avaient renforcé la confiance de leurs parties prenantes. Ces constats ont conduit à une initiative stratégique visant à améliorer l'accès des patients aux médicaments, transformant une crise potentielle en avantage concurrentiel.

Ces insights ont ancré une décision d'entreprise à forts enjeux dans des preuves réputationnelles solides plutôt que dans des suppositions, démontrant comment une intelligence médias unifiée pilote la stratégie d'entreprise.



Laissez nos experts vous montrer comment identifier les principaux leviers de la réputation de votre marque et transformer l'intelligence médias en insights actionnables, grâce à une veille en temps réel, un benchmarking et une analyse experte qui soutiennent des stratégies de communication plus efficaces et leur activation.

[Prendre rendez-vous](#)



Impact : une fonction de gestion du risque réputationnel plus prédictive et alignée sur l'entreprise

1. Plus grande efficacité et capacité analytique -

La veille automatisée via Onclusive a libéré les équipes des tâches d'analyse manuelle, leur permettant de se concentrer sur la stratégie. 100% des flux de données médias sont désormais automatisés, contre des analyses manuelles épisodiques auparavant.

2. Une crédibilité stratégique renforcée -

La Direction des Affaires Institutionnelles a gagné en influence auprès du comité de direction en délivrant une intelligence intégrée liée au risque d'entreprise, passant d'un rôle de soutien réactif à celui de conseiller stratégique proactif.

3. Détection précoce des risques émergents -

L'entreprise peut désormais anticiper :

- Les pressions sur les prix et les politiques
- Les risques cliniques et opérationnels
- Les vulnérabilités liées aux ressources humaines
- Les lacunes de perception en matière de gouvernance et de conformité
- Les nouvelles attentes ESG

4. Un meilleur alignement entre narratif et réalité -

Les équipes ont pu identifier là où la perception dépasse la performance (risque), là où la performance dépasse le sentiment (opportunité) et comment les narratives des concurrents façonnent les attentes.

5. Adoption à l'échelle de l'organisation -

L'ERM, l'ESG, les RH et la direction générale ont adopté Darwin comme prisme partagé pour appréhender les forces externes. Les insights portés par Onclusive sont devenus la source de vérité transfonctionnelle.

6. Du reporting rétrospectif à la prévision -

La réputation est passée d'une métrique rétrospective à un signal d'entreprise prédictif. La direction pose désormais la question « quels risques émergents ? » plutôt que « comment avons-nous performé ? ».

Avant → après : vue comparative

Avant

- Données fragmentées entre médias, sondages, ESG et divulgations
- Veille manuelle et épisodique avec des délais dangereux
- Capacité limitée à influencer les décisions de la direction générale
- Aucune vision prédictive du risque narratif ou de confiance
- Les Affaires Institutionnelles perçues comme une fonction de soutien tactique

Après

- Un système unifié d'intelligence pour les décisions réputationnelles
- Détection proactive 100% automatisée via Onclusive
- Insights intégrés reliant sentiment, divulgations et performance
- Meilleur alignement avec l'ERM et la direction via des reportings trimestriels
- Intervention plus précoce et prise de décision plus résiliente
- Amélioration de 7 points du score de réputation



Laissez nos experts vous montrer comment identifier les principaux leviers de la réputation de votre marque et transformer l'intelligence médias en insights actionnables, grâce à une veille en temps réel, un benchmarking et une analyse experte qui soutiennent des stratégies de communication plus efficaces et leur activation.

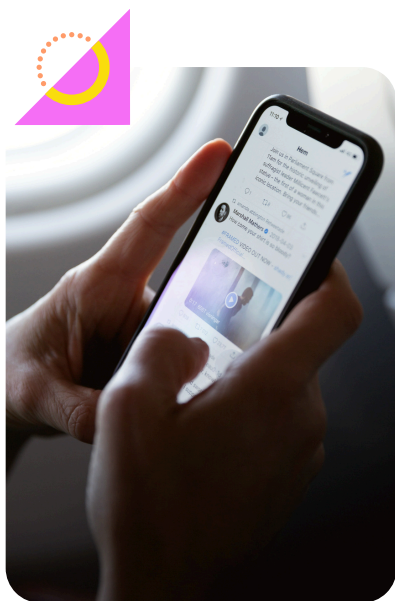
[Prendre rendez-vous](#)



L'enseignement fondamental

La réputation n'est pas une métrique de communication, c'est un signal de performance essentiel qui prédit les risques et les opportunités d'entreprise.

En intégrant l'intelligence médias complète d'Onclusive avec les données opérationnelles, ESG et financières via Darwin, ce leader biopharmaceutique a transformé la réputation d'un exercice de reporting réactif en un actif d'entreprise au service de la prévision, de la mitigation des risques et de la prise de décision stratégique. Le résultat : une amélioration réputationnelle mesurable, une influence accrue auprès du comité de direction, et la capacité d'identifier les risques et les opportunités avant les concurrents.



Les dirigeants des entreprises du Fortune 500 font confiance à Onclusive pour alimenter des plateformes de réputation prédictive comme Darwin. Onclusive propose une veille médias complète et une analyse de sentiment dans plus de 130 pays, fournissant des données essentielles à la prise de décision stratégique.

Voici comment Onclusive transforme les données médias en insights à l'échelle de l'entreprise :

- Veille en temps réel des canaux earned et sociaux, y compris les nouvelles plateformes
- Analyse de sentiment automatisée et alertes personnalisables
- Données prêtes à l'intégration dans les plateformes de gestion de la réputation et des risques
- Conseil expert d'analystes en intelligence médias
- Couverture mondiale avec une expertise locale

Découvrez comment l'intelligence médias devient un pouvoir prédictif. Contactez notre équipe de solutions pour bâtir le socle de données de votre stratégie réputationnelle.

[Planifier une Consultation Stratégique](#)

À Propos d'Onclusive

Onclusive est un leader mondial des technologies et services d'intelligence médias, dédié à l'accompagnement des professionnels des RP, de la Communication et du Marketing. Nous proposons une innovation de pointe, une expertise humaine et une couverture médias inégalée au sein d'une suite de solutions de gestion, de veille et d'analyse des médias couvrant chaque étape du cycle de communication. Notre plateforme et nos services unifiés permettent à nos clients de prendre des décisions rapides, précises et fondées sur les données concernant leurs stratégies de communication et de marketing, en leur permettant de démontrer et d'améliorer leur valeur.

À propos de la plateforme Darwin de Maha Global

Darwin by MAHA est la première plateforme mondiale d'intelligence réputationnelle qui unifie le comportement de l'entreprise et la perception publique en temps réel. Arrêtez de supposer. Identifiez la meilleure prochaine action pour naviguer entre opportunités et risques.