

# E réputation : Une ressource immatérielle à maîtriser

Chloé DUVAL

22 novembre 2016



BONJOUR

---

IntotheWeb



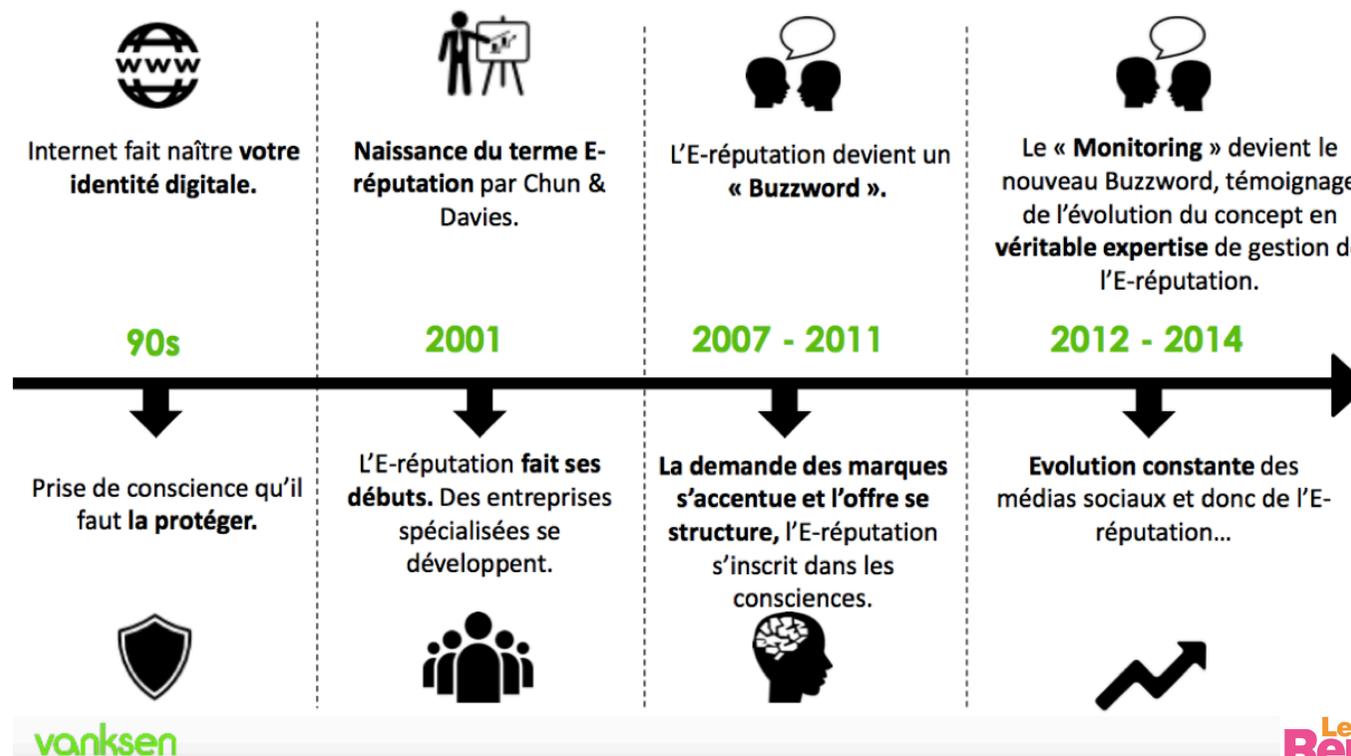
Chef de projet digital externalisé  
Pour les PME

[www.intotheweb.fr](http://www.intotheweb.fr)



# E REPUTATION : UN CONCEPT RÉCENT

## Chronologie de l'E-réputation



Source : Vanksen

# E REPUTATION : DEFINITION

INFLUENCE des CONVERSATIONS DIGITALES  
SUR L'IMAGE D'UNE MARQUE

## INFLUENCE

- ➔ Polarité
- ➔ Quantité/fréquence
- ➔ Portée du support

## CONVERSATIONS DIGITALES

- ➔ L'ensemble des mentions sur le web par les internautes (clients, prospects, journalistes, parties prenantes, salariés, concurrents...)

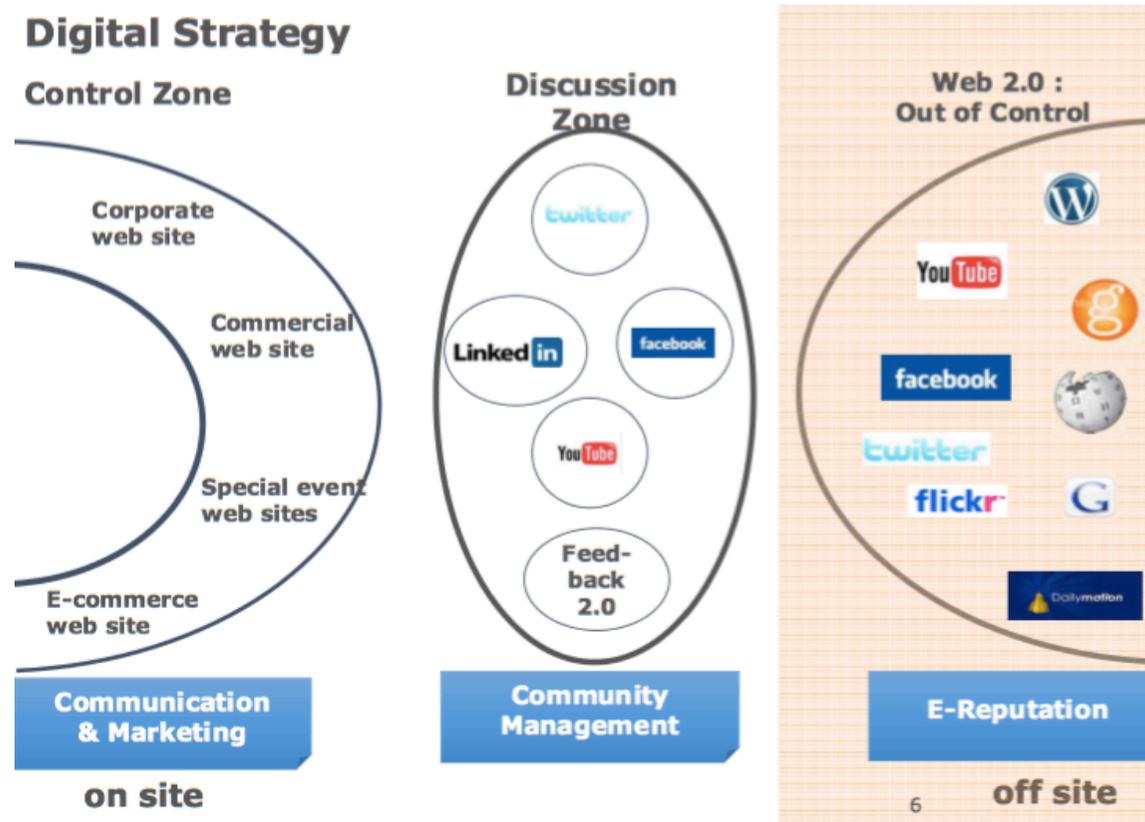
## IMAGE DE MARQUE

- ➔ Plus de frontières entre offline et online
- ➔ Entreprise, marque, produits, dirigeants

Source : Vanksen



# CONTRÔLER SA E REPUTATION ?



Source : Les Comptoirs

# CONTRÔLER SA E REPUTATION ?

---



Source : Les Comptoirs

# L'IMPACT SUR LES MARQUES

## Exemples de Bad Buzz



Ex FedEx - Vidéo postée par un client



Ex Domino's pizza - Vidéos postées par des salariés

# GESTION DE L'E REPUTATION

---

Surveiller ✓

Estimer ✓

Identifier ✓

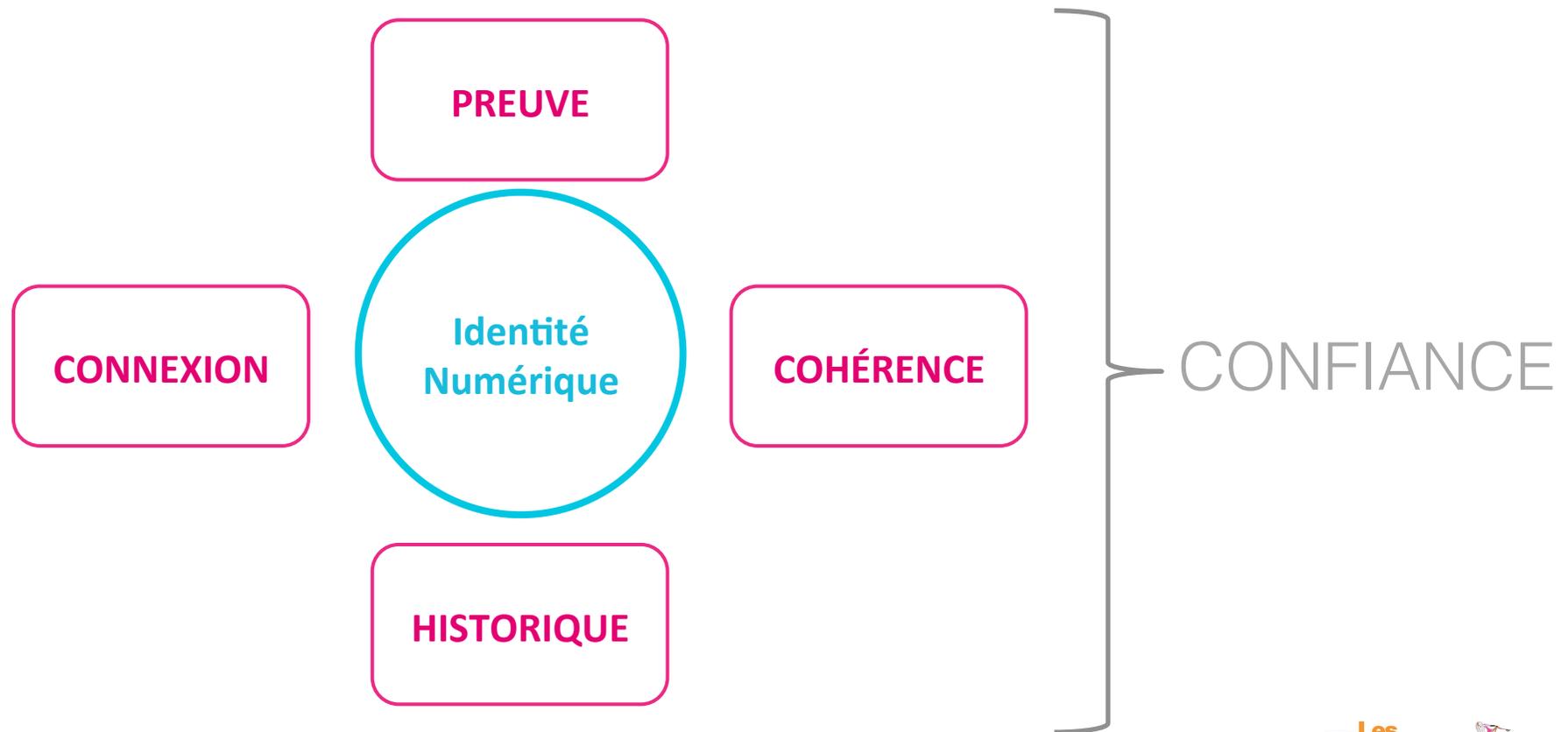
Maîtriser tout ✗

Répondre à tout ✗

Contrôler ✗

# LES 4 FORCES DE L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

---



Source : E-réputation, Stratégies d'influence sur Internet – Edouard Fillias, Alexandre Villeneuve, 2013

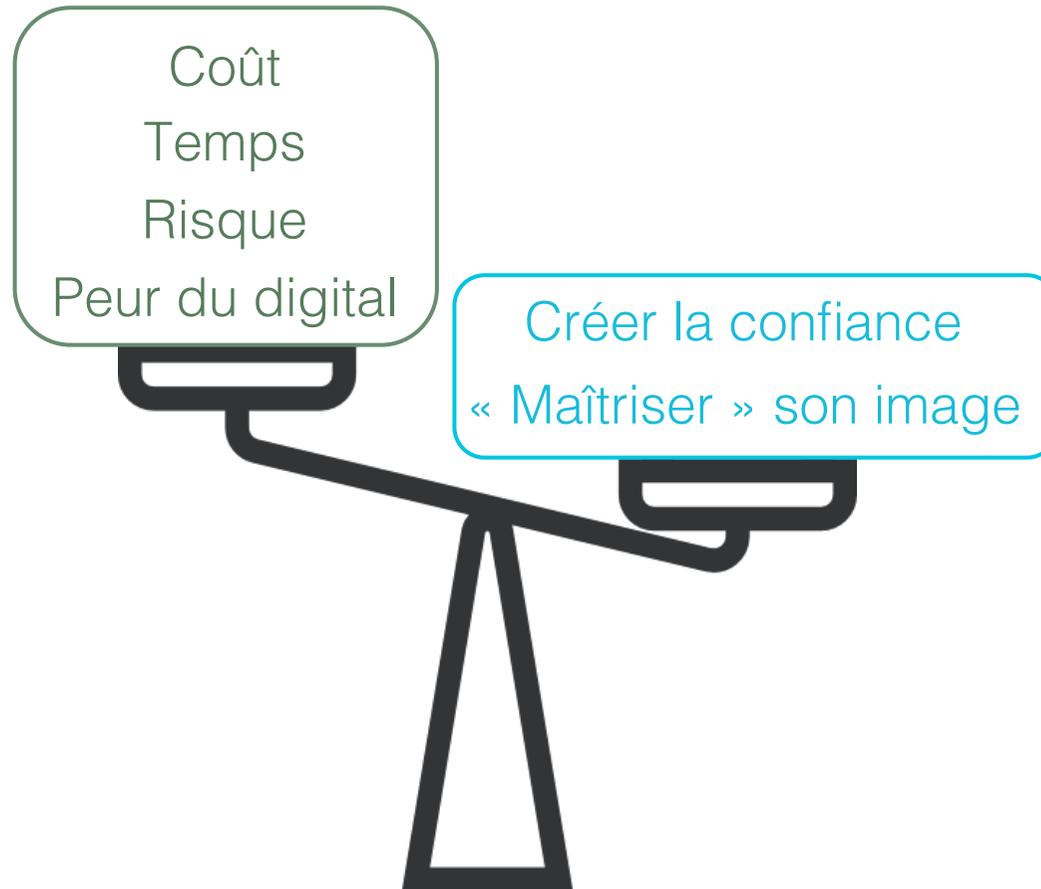
# LES QUESTIONS A SE POSER



Source : <http://blog.websourcing.fr/>

# GÉRER SON E-RÉPUTATION : UN TRUC DE « GROSSE BOÎTE » ?

---



# TPE/ PME : ON COMMENCE PAR QUOI ?

---

- ➔ **Présence web** (sous quelle forme, un site institutionnel, un blog, un site e commerce ...? Où : quels supports, quels réseaux...? Entrer dans la conversation : qui sont les influenceurs ?...)
- ➔ **Identité** (identité visuelle, spécificité des codes du web (vidéo...) valeurs... cohérence..éthique, sincérité... )
- ➔ **Discours / accepter de ne pas tout maîtriser** (que veut-on dire ? Que veut-on montrer ? Quels contenus diffuser ?...)
- ➔ **Veille** (outils gratuits, outils payants, agence...? Acteurs du web à surveiller... ? Evaluer les risques, imaginer les potentielles situations de crise et se préparer à y répondre...)

# MERCI

Chloé Duval ● [www.intotheweb.fr](http://www.intotheweb.fr) ● 07 60 56 24 02 ● [chloe.duval@intotheweb.fr](mailto:chloe.duval@intotheweb.fr)