



SYNTHESE DE LA CONFERENCE

MAITRISE DE L'E-REPUTATION : ENTRE MYTHE ET REALITE

Jeudi 5 Février 2015

Sophia Antipolis

Organisation : M2 DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL

Une conférence très suivie...

Vous êtes venus nombreux participer à cette conférence, et nous en vous remercions.

Vous avez pu apprendre au travers de témoignages, échanger, et questionner sur les moyens actuels qui sont disponibles et utilisables afin de maîtriser sa E-réputation. Les débats ont été riches, animés et très factuels!



**Merci à tous pour
votre participation !**



E-réputation : un contrôle difficile mais possible!

Didier Frochot
Les Infostratégès



www.introstrateges.fr

E-réputation mérite réflexion

Spécialiste de l'E-réputation, Didier Frochot conseille de nombreuses entreprises sur leur réputation positive sur internet ou à titre défensif lorsque celles-ci sont prises dans la tourmente d'une attaque (forums, blogs, réseaux sociaux, plateformes de partage...). La défense de sa réputation est une démarche active et l'idée qu'on ne peut rien retirer du net est fautive ; il y parvient régulièrement depuis 10 ans. Différentes techniques sont possibles pour défendre sa réputation en ligne (communication positive, nettoyage du net...). En tant que juriste, il insiste sur la liberté d'expression et ses limites légales ainsi que sur les dérives qui entachent de plus en plus l'E-réputation des entreprises. L'action judiciaire permet de faire condamner l'auteur des faits, d'obtenir une indemnisation. Cependant, ces procédures prennent du temps, ont un coût et n'offrent pas de garantie de succès.

La marque employeur

Pour Caroline Guichet, la E-réputation est aussi l'affaire des ressources humaines. La E-notoriété passe par la « marque employeur » ! Si les buzz font monter l'audimat de la notoriété, les bad buzz autour des salariés peuvent détruire une marque. Au travers de différents exemples (Cora, Ikea...) elle nous a montré comment un bad buzz interne peut vite dégénérer lorsque les internautes réagissent en masse. Et lorsque des sites internet comme Glassdoor, s'en mêlent, la pression monte! En recueillant les avis de millions de salariés sur la façon dont ils sont recrutés et sur leur grille de salaire, toutes les comparaisons sont alors possibles ! Alors, comment bâtir un avantage concurrentiel en construisant une marque-employeur cohérente ? Comment attirer les meilleurs talents ? Quelle stratégie adopter pour transformer sa marque-employeur à l'ère du digital ? Autant de questions auxquelles Caroline Guichet a répondu.

Caroline Guichet
Emergences RH



www.emergences-rh.com

Souheir Georget
La Terrasse du Plaza



www.laterrasseduplaza.fr

Tourisme et maîtrise de son image

Pour tout établissement haut de gamme touristique, l'importance de son image et de sa E-réputation prend tout son sens quand on sait que 20 à 30% des avis donnés sur le net ne sont pas forcément émis par de réels clients.

Afin de maîtriser ces retours, il s'avère plus efficace pour une entreprise de gérer sa communication externe en ligne (site internet, Facebook..) plutôt que de subir les commentaires postés sur des sites généralistes (Tripadvisor...).

Dans le cas d'avis négatif, il est essentiel de mener ses propres investigations sur les faits relatés. Dans tous les cas, votre réponse devra être factuelle, diplomate et incitative à revenir vous voir. En dernier ressort, de nombreux commentaires positifs pourront « noyer » ces indécidables !



E-réputation : un contrôle difficile mais possible!

Flora Desbrosses
Webelse



www.webelse.fr

Community Manager

Créatif, diplomate et spécialiste de la communication, telles sont les compétences des community manager que nous a présenté Flora Desbrosses. Il compose avec les internautes, les marketeurs et les stratèges au sein d'une subtile animation et modération des communautés.

Il est au cœur de la gestion de la E-réputation des entreprises. Il prend en charge leur image et leur E-réputation. Il crée de la valeur ajoutée en produisant du contenu de qualité sur les différents médias sociaux. Dans une démarche proactive, il veille et analyse les moindres signaux. Flora Desbrosses nous a fait part de ses expériences lors de la gestion de ses comptes clients. Elle nous a présenté ses outils de veille et de reporting et enfin ses astuces pour maîtriser la E-réputation !

Les outils de surveillance

La startup Faveeo a été fondée à Genève en 2012 par des anciens du CERN et de l'EPFL en collaboration avec des sociologues suisses et québécois. Sa solution est une plateforme de veille numérique visuelle, sémantique et personnalisable pour les entreprises : elle est idéale pour toute personne ou organisation ayant besoin de faire de la veille sur un sujet précis comme sa E-réputation, un concept, un compétiteur.....

A l'écoute du web et des réseaux sociaux, la plateforme est basée sur 3 composants : un module de recherche et de recommandation (utilisation de filtres de recherche avancés très faciles à utiliser), un module de curation et d'édition, et un module de publication et de partage (création facile d'un journal Web de veille intelligente). L'application s'adapte constamment aux retours de l'utilisateur pour déterminer les mots-clés et le type de publication qui correspondent le mieux à ses besoins de veille.

Marc Latouche
Faveeo



www.faveeo.com

Les sites présentés qui ont retenu notre attention.....

- www.votre-reputation.com : blog spécialisé sur la E-réputation
- www.cadderep.hypotheses.org : site dédié à la veille documentaire, opinions, suivi des avis ou blogs
- www.glassdoor.fr : découvrez une société par l'intérieur
- www.rhadvisor.com : comparatif des sociétés de recrutement
- www.guichets-rh.com/retour-sur-la-marque-employeur/ : réflexions et échanges sur la marque employeur
- futurstalents.wordpress.com : blog de JB Audrerie qui s'efforce d'imaginer les évolutions des RH
- www.hootsuite.com : planification, surveillance et analyse de l'ensemble de ses réseaux sociaux
- Goo.gl : liens raccourcis pour connaître le nombre de clics vers votre site
- **Google alerte, Alerti, Mention** : pour réaliser veille, benchmark concurrentiel et surveiller sa E-réputation
- **Canva** : pour créer facilement des images adaptées aux réseaux sociaux

Les partenaires qui nous ont accompagnés....

