



CERNER LES ENJEUX DE LA GESTION DE L'E-RÉPUTATION

Comprendre le Principe de l'E-Réputation

- L'e-réputation correspond à l'ensemble des croyances et opinions du public en ligne (individus, clients, partenaires, etc.) à propos d'une personne, d'une marque ou d'une entreprise.
- Le développement des médias sociaux et d'Internet a amplifié la diffusion des informations, rendant l'e-réputation cruciale.
- Une mauvaise réputation en ligne peut avoir des conséquences négatives importantes pour l'image et les activités.
- Les facteurs de risque incluent les publications de photos, vidéos, commentaires négatifs, et les critiques.

Action	Description
Construire	Une marque/entreprise doit construire sa réputation sur Internet en publiant du contenu de qualité pour développer sa notoriété et susciter la participation des internautes et des communautés.
Surveiller	Une marque/entreprise doit mettre en place une veille afin d'analyser ce qui se dit sur elle sur les réseaux sociaux, les sites d'avis, etc.
Protéger	Pour protéger son e-réputation, la marque/entreprise doit répondre et gérer les commentaires et réactions des internautes et savoir réagir en cas de bouche-à-oreille négatif ("bad buzz").

Gérer son E-Réputation : Une Démarche Essentielle

- Objectif principal : Garantir sa notoriété et créer une relation de confiance avec les internautes et ses communautés.
- Stratégie globale : Définir une approche structurée pour la gestion de l'e-réputation de sa marque ou entreprise.
- Complexité : La surveillance et la gestion efficaces demandent du temps et une analyse approfondie des éléments internes et externes.
- Impact durable : Une mauvaise réputation peut avoir des effets négatifs à long terme.

Rôle	Missions Principales
Social Media Manager	Gère l'image de la marque sur les médias sociaux, met en place une stratégie de communication, assure une veille (tendances, concurrence), analyse ce qui se dit sur la marque et prend des décisions en cas de "bad buzz".
Community Manager	Anime et participe à la création d'une communauté en accord avec la stratégie du Social Media Manager, maîtrise les différents médias sociaux et assure les réponses et la modération des commentaires des internautes.