

Internet L'e-réputation selon Blueboat

Prestataire de réputations web d'entreprise, la start-up mulhousienne Blueboat a décroché le Trophée e-Innovation du groupe économie numérique du Medef 67.

Son terrain d'intervention : la toile internet. Sa stratégie : la valorisation de l'identité numérique de l'entreprise par le renforcement de son référencement social. En clair : « Nous analysons la réputation en ligne de l'entreprise en tenant compte de l'avis des internautes sur son activité. Nos méthodologies de veille et d'analyse d'opinion permettant de synthétiser ces avis, de cartographier l'environnement de la société et de repérer les influenceurs dans son domaine », décrypte Christophe Thil, le gérant de Blueboat.

Générateur participatif

Ce dynamique trentenaire a fondé sa start-up en 2003, en s'entourant d'une jeune équipe de cinq salariés affectés à des postes de community managers et de veilleurs (veille concurrentielle, technologique, collecte d'informations sur le web). Le team mulhousien est renforcé par un stratège en communication d'en-



Spécialisée en e-marketing, l'équipe de Blueboat est présente sur les marchés alsacien, parisien et bientôt lyonnais.

Photo R.B.

treprise et un spécialiste du « buzz » en ligne.

Concrètement, Blueboat développe la présence et l'image de l'entreprise sur le net en interagissant avec les internautes dans l'objectif d'animer une communauté autour de son client, que ce soit à travers des réseaux sociaux (Facebook, Twitter...), des forums, des blogs ou tout autre média participatif. « On s'est rendu compte que les entreprises n'exploitaient pas assez les informations qui circulent à leur sujet sur inter-

net. L'arrivée du web participatif 2.0, où l'internaute a la parole, nous a conduits à ajouter des compétences de rédacteurs web », explique le dirigeant. L'amélioration du référencement, l'augmentation de l'audience et surtout le moyen d'échanger avec ses lecteurs concourent à une meilleure réputation de l'entreprise.

L'argumentation est d'autant plus pertinente que Blueboat s'est lancée dans ce qu'on appelle dans le jargon le « buzz ». « Le concept est de faire parler autour de la marque, du produit ou d'un événement que l'entreprise organise. Nous contactons les bloggeurs influents dans le secteur d'activité, afin de diffuser le slogan de l'entreprise de manière virale, organique, auprès des internautes », poursuit Christophe Thil. En la matière, Blueboat a également recours au support vidéo, que la pousse prometteuse mulhousienne emploie sur le web, via des plateformes de diffusion (Youtube, Dailymotion, Vimeo, etc.).

Parmi ses outils de monitoring, Blueboat utilise un logiciel de veille adapté, Gestnews, dont la spécificité est de collecter, de trier et d'archiver quotidiennement

l'information de source internet (flux RSS, newsletters), mais aussi les courriels d'information de l'entreprise.

Quant au service de surveillance en ligne, VoiceObserver, ce dernier avertit de la parution en ligne d'une information au sujet de l'entreprise et apporte un éclairage sur le rayonnement de son « buzz » : sorte de baromètre en ligne de la réputation de l'entreprise, illustrée par une représentation graphique. « Nous fournissons à chacun de nos clients une interface web intitulée « ma-réputation ». Ce portail est un atelier de travail qui permet à l'entreprise de suivre la progression de son e-réputation, de connaître les actions que nous entreprenons, de valider les propositions d'interventions effectuées par nos community managers, ajoute Christophe Thil. La finalité est de créer du trafic sur le site du client. Que celui-ci soit perçu comme un interlocuteur, un expert, un conseiller. »

Rafik Bouaziz

■ CONTACTER Blueboat, 27, rue Victor-Schœlcher, Parc des Collines à Mulhouse. Tél. 03.89.60.71.63. Mail : blueboat@blueboat.fr. Site : www.blueboat.fr

Une notoriété grandissante

Membre du centre de recherches Cogifactory et de Rhénatic, Blueboat voit son chiffre d'affaires doubler depuis trois ans (150 000 €) et annonce un prévisionnel à hauteur de 250 000 €. La start-up compte des clients au sein de grands groupes du secteur bancaire, de l'assurance, de l'équipement de la personne et du service à domicile. Depuis deux ans, Blueboat observe une évolution de sa notoriété sur le web. L'augmentation du trafic sur son site lui confère désormais un statut d'influenceur au niveau national dans son domaine d'activité : l'e-marketing. Présente au 6^e forum alsacien du développement commercial (Devcom Alsace), Blueboat, partenaire du réseau d'entreprises The connecting place, a été récompensée par le Trophée du groupe économie numérique du Medef 67.