

Qu'est-ce que recouvre l'expression "e-reputation" ?



La société Blueboat, dirigée par **Christophe Thil**, est spécialisée dans l'e-réputation. Voici la définition que nous propose Blueboat de ce concept vieux comme le monde...

mais appliqué au web : l'e-reputation, c'est l'image de l'entreprise sur le web. En plus technique, cela donne : L'e-réputation est composée par l'image (subjective) que renvoie à un internaute l'ensemble des contenus qui lui sont accessibles en ligne, en rapport avec la marque. Ceux-ci peuvent être créés par les internautes ou par la marque elle-même, sur différentes sources: forums, réseaux sociaux, sites d'avis de consommateurs... Elle passe donc par des prescripteurs, qui vont donner un avis positif ou négatif. Il est donc important pour une marque de surveiller les conversations à son sujet, pour intervenir si besoin.

En savoir plus : www.blueboat.fr

Sur le web : un e-book sur le thème de l'e-reputation

Blueboat a collaboré à un ouvrage collectif publié sur le web (e-book) mi-mars 2012, sur le thème de l'e-réputation.

L'e-book "Questions d'entreprises sur l'e-réputation" met en avant l'expérience de 13 professionnels, membres du Club E-réputation répondant aux questions que se posent la plupart des entreprises qui sont sur le web, et qui s'articulent autour des points suivants :

- I. Etat des lieux: qu'est-ce que recouvre l'e-réputation, quels sont les métiers, les acteurs.
- II. Quel est l'impact des médias sociaux sur son e-réputation et comment le prendre en compte ?
- III. Comment gérer et prévenir une crise ?
- IV. Peut-on influencer sur son e-réputation et comment ?
- V. E-réputation : faut-il l'internaliser ou l'externaliser (avantages et inconvénients) ?

L'e-book est à consulter en suivant ce lien : www.club-ereputation.fr/2012/03/13/questions-dentreprise-sur-le-reputation-ouvrage-collaboratif-des-membres-du-club-e-reputation

