

Blueboat. L'agence de e-reputation poursuit sa mission d'évangélisation

• **WEB** A quelques jours de son rendez-vous annuel "Erepsday" à Mulhouse, Christophe Thil revient sur le développement de Blueboat et du marché de la réputation en ligne.

C'est devenu au fil du temps un rendez-vous essentiel des acteurs de la gestion de la réputation en ligne. L'Erepsday, qui se tiendra à Mulhouse le 19 juin pour sa quatrième édition, est un projet en grande partie porté par l'agence Blueboat, qui fête ses dix ans cette année, et son fondateur Christophe Thil. « Notre objectif est simple », témoigne-t-il, « nous voulons sensibiliser les entreprises à la gestion de leur e-reputation ». Soit de l'eau apportée au moulin de son agence positionnée sur ce marché et qui compte une vingtaine de clients actifs en Alsace comme dans le reste de l'Hexagone. Concrètement, Blueboat a ajouté en 2008 à son métier d'origine, la veille sur internet, une activité de gestion de l'image en ligne des entreprises. « Les internautes ont compris l'impact du web bien plus vite que les entreprises », explique le dirigeant, « et ils ont développé eux-mêmes l'image des marques en ligne ». Petit à petit, elles veulent donc reprendre la main et façonner leur image. « Nous les y aidons en maintenant notre activité de veille, à laquelle nous avons donc ajouté des services de community management, de production de contenu texte, vidéo, image... », explique Christophe Thil. Une



Christophe Thil estime que l'activité de Blueboat devrait progresser de 40% en 2014. « Les entreprises sont devenues plus exigeantes en matière de retour sur investissement ».

offre qui surfe aussi sur un élargissement des problématiques d'image des entreprises au-delà de ses produits : environnementale, marque employeur, communication... Le champ est plus large pour les agences de e-reputation. « Mais attention », prévient-il, « les entreprises sont aussi devenues plus exigeantes et veulent mesurer le retour sur investissement. Nous devons créer

des indicateurs pour cela. Blueboat devrait également s'associer à un partenaire pour proposer une offre "big data" qui, en croisant des données, sera par exemple capable de démontrer l'impact d'une campagne de réputation en ligne sur les ventes d'une enseigne. De quoi aider au travail d'évangélisation et continuer à capter une part toujours plus importante des

budgets com' des entreprises. L'activité de Blueboat devrait progresser de 40 % cette année.

P.A.

BLUEBOAT

(Mulhouse)

Dirigeant : Christophe Thil

CA 20130,5M€

8 salariés

Contact : 03 67 11 85 61