

SONDEUR PROFESSIONNEL DU WEB

CE SPÉCIALISTE DE L'E-RÉPUTATION, BASÉ À **MULHOUSE** ET À **STRASBOURG**, AGRÈGE LES INFORMATIONS ISSUES DE SA VEILLE POUR DIFFÉRENTS CLIENTS SOUS FORME DE TABLEAUX DE BORD.

À l'image du sous-marin jaune de son logo, Blueboat sonde les profondeurs du web (réseaux sociaux, blogs, forums...) à la recherche d'informations pour ses clients. Il leur propose soit des outils et une formation pour assurer la veille en interne, soit une prestation de service. « Dans ce cas, nos veilleurs élaborent une fois par mois un rapport mesurant les mentions des internautes et leur tonalité*, les mots-clés les plus utilisés, les personnes les plus influentes et les grandes tendances concernant l'entreprise, ses produits, ses concurrents ou une thématique donnée », énumère Christophe Thil, créateur et gérant de la société. Sur la base d'un abonnement mensuel, ce « pack » s'adresse à toutes les entreprises mais vise le budget, le temps ou les compétences en interne. Plongé dans l'univers de la veille lors d'une expérience chez un confiseur, où il surveillait l'activité de ses concurrents, Christophe Thil en défend farouchement l'utilité. « La veille, c'est comme une assurance. Ça coûte de l'argent mais le jour où vous en avez besoin, ça peut rapporter



© Michel Caumes

plus que la somme investie. » Et de citer l'exemple vécu d'une entreprise découvrant par hasard de vives critiques à son encontre sur un forum. Lequel apparaît déjà en premier lien des résultats Google.

Veiller puis agir

Les clients suivis par les neuf salariés de Blueboat naviguent dans tous secteurs d'activité mais un domaine plus « sujet aux critiques » émerge, celui des entreprises de pose, « maison, fenêtres, cuisines... Si le produit ou le service vendu ne correspond pas aux attentes du client, que ce soit légitime ou non, il va se tourner vers le service après-vente. Puis, s'il n'est pas écouté, vers le web. Or,

c'est là que se font ou se défont les réputations. » note Christophe Thil. Relation client ou communication numérique à renforcer, nouveaux marchés à conquérir, « badbuzz » à gérer... Quelles que soient les conclusions issues d'une veille, encore faut-il les exploiter. C'est ainsi que Blueboat étend ses services en community management (gestion de communautés en bon français) pour discuter avec les internautes, animer les réseaux sociaux ou alimenter en actualité un blog dédié. L. D.

** Impression d'ensemble qui se dégage des propos tenus au sujet d'une entreprise*