



Video (0,55')- L'e-réputation, c'est quoi ? Définition marketing

<https://www.youtube.com/watch?v=reJlcbhhM44>

1- Qu'est-ce que l'e-reputation ?

2- Quels sont les acteurs de l'e-reputation



Vidéo (3'13) -Qui fait l'e-reputation d'une entreprise ?

<https://www.ladn.eu/tech-a-suivre/data-big-et-smart/qui-fait-le-reputation-dune-entreprise/>

3- Pourquoi est-il important de surveiller sa e-reputation ?





Vidéo (3'15)- Visibrain décrypte le Bad Buzz Lidl
https://www.youtube.com/watch?v=Q_V-PL34DCIidéo



4- Comment éviter la crise du buzz ? et pourquoi ?

Exemple de bad buzz :

<https://www.definitions-marketing.com/definition/bad-buzz/>

subie- vidéo : discrimination malvoyant

<https://www.powertrafic.fr/bad-buzz-comment-gerer-e-reputation/>

3 suisses, plus belle la vie, samsung

assumée -publicité perrier

<https://www.definitions-marketing.com/definition/bad-buzz-publicitaire/>

exemple de gestion du bad buzzla redoute

<https://com-gom.com/2012/02/02/la-redoute-rebondit-avec-un-jeu-concours-apres-son-bad-buzz/>

5- Comment surveiller et gérer sa e-réputation ?

<http://www.conseilsmarketing.com/e-marketing/8-outils-pour-surveiller-et-travailler-son-ereputation>

Document-

Que l'on soit un particulier ou une entreprise, il faut déjà faire un bilan de son eRéputation...

Son eRéputation, c'est tout simplement "ce que Google dit de vous..."

En effet Google ayant 95% de part de marché des recherches sur Internet, c'est lui qui sera le reflet de votre image.

Votre premier réflexe doit donc être de taper votre nom / marque / produits dans Google, puis d'aller dans les images et enfin d'aller dans les vidéos

Le but est de voir ce qui naturellement va apparaître aux yeux d'un internaute "un peu curieux".

Pour cela vous devez visiter les 3 ou 4 pages de résultats (peu d'internautes vont au-delà).

Vous devez également vérifier vos profils sociaux. Le but est de voir "comme les internautes" votre profil Facebook, LinkedIn, Twitter, Google plus... Donc visitez vos profils... en tant que visiteur anonyme.[...]

Vérifiez les avis sur les sites de ventes ou d'avis. Si vous êtes une entreprise, vous devez vérifier ce qui se dit de votre marque sur les points de ventes, les sites d'avis...

Une fois votre bilan effectué, voici une série d'actions à réaliser afin d'optimiser votre eRéputation

- **Soyez cohérent entre vos différents profils sur les Media Sociaux.**
 - Pour un particulier c'est mettre la même photo sur Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat...
 - Pour une marque c'est faire de même sur ses pages Facebook, son site. Cela facilite la reconnaissance et cela crée une harmonie.
- **Si vous êtes un freelance, un indépendant... séparez votre vie pro / perso avec des profils séparés** (en particulier sur Facebook).
- **Sur les réseaux sociaux, d'une manière générale ne soyez pas négatifs, donneur de leçons, ne parlez pas des problèmes, ne critiquez pas vos concurrents...** sur le web il faut au contraire positiver.
- **Nommez une personne qui va centraliser la gestion de votre eRéputation [...]**
 - **Préparez-vous à un scénario de crise en cas de Bad buzz** (Définissez qui est en charge de gérer la communication et qui sera le porte-parole, préparez un comité de décisions, ou identifiez une agence qui sera capable de vous accompagner)
 - **Prenez les devants, et demandez à vos meilleurs clients de faire des témoignages sur les sites d'avis**
 - Offrez un bonus à ceux qui vont mettre des avis sur les media sociaux après un achat,
 - Repérez vos clients contents via une étude NPS pour identifier vos fans, afin de leur demander un témoignage vidéo ou écrit, pour les inviter à vos

événements, à leur demander de participer sur votre page fans... Ils doivent devenir vos "alliés".

• **Incitez vos salariés à intervenir sur les Media Sociaux**

- Proposez une sélection de Tweets / partages Facebook toutes les semaines via un email afin que vos salariés puissent les partager,
- Mettez en avant vos employés sur les media sociaux (vidéo, vie ma vie...)

• **Donnez à vos clients et prospects un espace où ils peuvent s'exprimer... et que vous gérez !**

- En effet si vous ne laissez pas vos prospects s'exprimer sur votre page facebook, un forum, un compte Twitter... ils vont aller se plaindre sur d'autres pages Facebook, des blogs, leurs comptes Twitter...

• **Laissez à vos techniciens SAV & Community Managers une marge de manœuvre pour négocier avec les personnes qui se plaignent.**

- En effet mieux vaut dépenser quelques euros avec un bon de réduction, que payer des centaines d'euros et d'heures en frais d'avocats.

- Donnez également accès à votre système d'informations (votre CRM & ERP) afin que votre community manager puisse donner les bonnes informations (en effet il n'y a rien de pire que de donner des informations erronées ou inexactes).

- Ne témoignez jamais sous une autre identité (ou sans dire que vous travaillez dans l'entreprise), car si vous vous faites prendre, cela mettra le feu aux poudres !

Une fois votre audit effectué, il faut mettre en place un système de surveillance afin de savoir ce qui se dit de vous en temps réel. Ex : Google alerts, Netvibes, etc...

En complément de l'analyse, il est indispensable de savoir que selon le media employé, le temps de réponse attendu par les internautes sera différent.

En effet ce n'est pas tout d'écouter, il faut aussi agir...

Voici quelques métriques :

- Par chat, c'est l'immédiateté (1 à 2 minutes pour répondre)
- Par téléphone dans les 5 minutes
- Sur Twitter la réponse est attendue dans l'heure
- Sur Facebook dans la 1/2 journée
- Par email c'est dans les 48h
- Par courrier dans la semaine

6- Pourquoi répondre aux avis clients ?

Document-

Tous les spécialistes de l'e-réputation, le disent et le répètent ! Il faut absolument répondre aux avis déposés sur les différentes plateformes existantes. Attention, à ne pas commettre cette erreur : ne répondre qu'aux avis négatifs. Pour assurer une e-réputation optimale, il faut non seulement répondre aux commentaires négatifs, mais aussi prendre le temps de répondre aux commentaires positifs (et neutres).

Il est capital de consacrer les ressources nécessaires à la réponse aux avis car cela va vous permettre :

- D'améliorer votre SEO. Et oui, répondre aux avis va améliorer votre référencement naturel. Vous pourrez ainsi gagner quelques précieuses places dans le classement des résultats de recherche de Google.
- De créer une image positive de votre établissement et de votre équipe. En prenant le temps de répondre à un commentaire, votre client va se sentir écouté, valorisé. Il va être sensible à cette attention de votre part et va revenir.
- De développer une communauté. Vous êtes sympathique, réactif, à l'écoute. Les internautes auront envie de vous suivre et de vous rendre visite.

<https://www.solike.eu/>

7- Comment répondre à un commentaire négatif ? Analysez la réponse donnée ci-dessous



"Bof"

●●○○○○ Avis écrit le 7 octobre 2013

Brunch à 24 euros. Le cadre est franchement pas terrible et tient plus de la cantine à étudiant qu'autre chose. Le service est sympathique mais très amateur. J'ai du réclamer mon beurre pour les toast et on m'a amené des mini plaquettes : indigne d'un resto en plein coeur de saint germain des prés, même chose pour les mini pots de confitures. On retrouve les mêmes dans les buffets petit dej des formule 1. Le jus d'orange est très très mini ! Les oeufs bédictees sont noyés sous la sauce bédictee et la salade en accompagnement, c'est de la rigolade. J'ai commandé le pain perdu en dessert et on me l'a servi avec un pan cake ??? Sans plus d'explication. Bref il y a beaucoup mieux pour le même prix. je déconseille ce resto.

Visité en octobre 2013

Propriétaire de , a répondu à cet avis, 8 octobre 2013

Bonjour Guybeauche, merci d'être venu dans mon restaurant et d'avoir pris le temps d'écrire un avis auquel je prête la plus grande attention. En premier lieu je suis désolé que le cadre ne vous plaise pas. Les posters de films sont pourtant des originaux et ils ont été choisis avec le plus grand soin. Cependant un décor ne peut plaire à tous n'est-ce pas.

Concernant le brunch effectivement le beurre est servi sous forme de plaquettes mais il s'agit de beurre doux de Bretagne d'excellente facture. Bien sur je suis désolé que vous ayez du réclamer pour l'avoir. Malheureusement cela arrive parfois.... comme dans d'autres restaurant j'imagine. La confiture est servie sous forme de petits pots mais il s'agit de confitures au chaudron de la marque "les confitures à l'ancienne" de haut de gamme et qu'on ne sert pas dans les hôtels formule 1 bien sur. Par ailleurs il est interdit de servir des confitures sous une autre forme que des pots individuels pour des raisons d'hygiène.

Les œufs Benedict sont une de nos spécialité et nous avons du les louper pour vous cependant leur accompagnement sont des hashbrown et la salade n'est là que pour décorer....

Bref malgré le pain de chez Kayser, le thé Mariage, le café Illy nous avons fait un grand loupé avec vous et j'en suis désolé.

Revenez, demandez moi, mon nom est Pierre et je suis le propriétaire de ce petit restaurant... je ferai tout pour vous faire apprécier mon établissement.

Bien à vous.

8- Donnez une réponse aux commentaires suivants :

Priscilla M.

Date de réservation : 08/05/2016

Heure de réservation : 12h45

Nombre de couverts : 6



Excellente cuisine (mille compliments au chef et à son équipe). Les produits sont de très bonne qualité, et donc l'ensemble est parfait. La carte des vins est étoffée, on y trouve forcément son bonheur ! Le service est agréable : sourire garanti. Le cadre est très agréable et authentique : vieilles pierre et verdure, tout à fait reposant !

Service ★★★★★☆ Ambiance ★★★★★☆ Menus ★★★★★★

Qualité / Prix ★★★★★★



Nora H
Montpellier, France

2 avis

2 votes utiles

"Pas top !"

NOUVEAU

●●●●○ Avis publié: Il y a 5 jours

Pas terrible. Les produits n'étaient pas frais et les plats peu goûteux. Le wok pas fameux. Enfin les dessert presque inexistant

Visité en juin 2016

●●●●○ Rapport qualité / prix

●●●●○ Service

●●●●○ Cuisine

Utile ?

👍 Merci Nora H

🚩 Signaler

Poser une question à Nora H à propos de Vina Wok

Cet avis est l'opinion subjective d'un membre de TripAdvisor et non de TripAdvisor LLC.

9- Vous allez maintenant vérifier l'e-reputation de votre entreprise- Utilisez les sites suivants et faites une synthèse

Google

<https://trends.google.fr/trends/?geo=FR>

<https://www.talkwalker.com/fr/outil-analyse-web-reseaux-sociaux>

<https://www.google.fr/alerts>