

CHRONOLOGIE DE L'E-REPUTATION

Internet fait naître votre identité digitale

Naissance du terme E-réputation par Chun et Davies

L'e-réputation devient un « **Buzzword** »

Le « **monitoring** » témoigne de l'évolution du concept véritable expertise e gestion de l'e-réputation

90's

2001

2007-2011

2012-2014

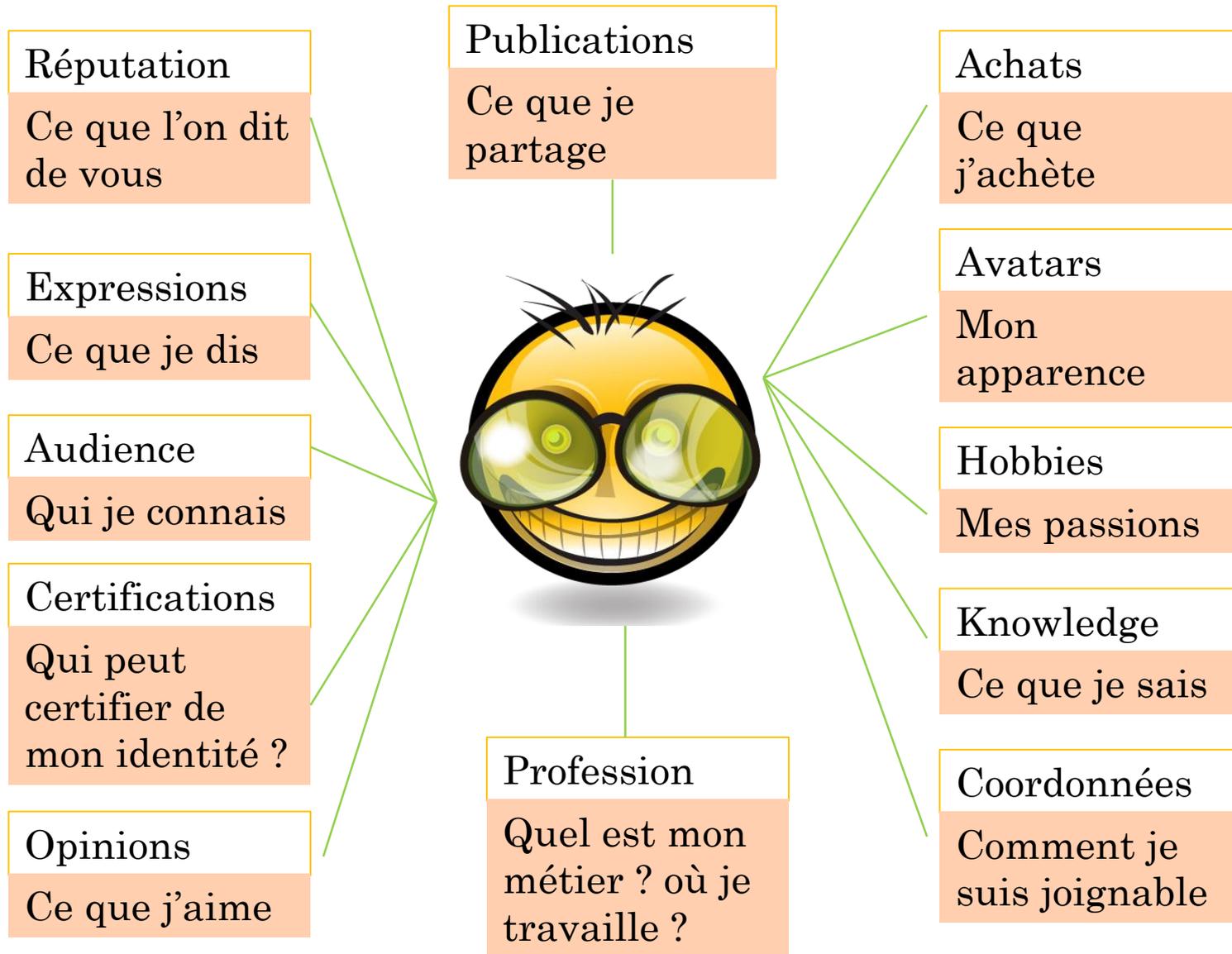
Prise de conscience **qu'il faut se protéger**

E-réputation **fait ses débuts**. Des entreprises spécialisées de développent.

La demande des marques s'accroît et l'offre se structure. L'e-réputation s'inscrit dans les consciences

Evolution constante des médias sociaux et don de l'e-réputation

REPUTATION VS E-REPUTATION



LES FONDAMENTAUX



Stratégie de veille

Où ? Blogs, forums, sites médias sociaux...

Qui ? Leaders d'opinion, détracteurs, clients, consommateurs

Comment ? Via les réseaux sociaux, moteur de recherche, outils de veille



Stratégie de Présence

Où ? Presse, blogs, forums, sites médias sociaux...

Qui ? Ambassadeurs, partenaires, connaissance, experts internes au projet/marque

Comment ? Informer, commenter et répondre. Faire du branding



Stratégie de d'engagement

Où ? Blogs, forums, sites médias sociaux...

Qui ? Leaders d'opinion, clients, les acteurs externes au projet/marque

Comment ? Community manager pour relayer les informations et répondre

E-réputation –la stratégie VPE

CONCLUSION

- 1- Être acteur de son e-réputation plutôt que de la subir
- 2- A tout problème il y a une solution
- 3- Faire de la veille
- 4- L'e-réputation n'est pas une option

