

A close-up, high-angle shot of a person's eye, looking slightly to the right. The eye is blue and has a focused, intense expression. The skin is fair, and the hair is light brown. The background is a soft, out-of-focus white.

Surveiller sa réputation en ligne

Emilie Ogez

L'Usine

Les 4 et 5 février 2009



1. Quelques exemples de buzz

- ✓ Sur la réputation d'une personne
 - ✓ Frédéric Lefebvre
 - ✓ Histoire d'une jeune coréenne
 - ✓ Le cas Yoan Demarq
- ✓ Sur la réputation d'une marque
 - ✓ Le spécialiste de l'anti-vol pour vélo Kryptonit
 - ✓ Motrin, marchand de remèdes anti-douleurs

Frédéric Lefebvre : « Le web 2.0 c'est heu... »

- ✓ Député et porte-parole de l'UMP
- ✓ Pressenti pour être le futur secrétaire d'Etat à l'économie numérique
- ✓ 5 janvier 2009
- ✓ Interviewé sur BFM par Jean-Jacques Bourdin
- ✓ « Qu'est-ce que le Web 2.0 ? »



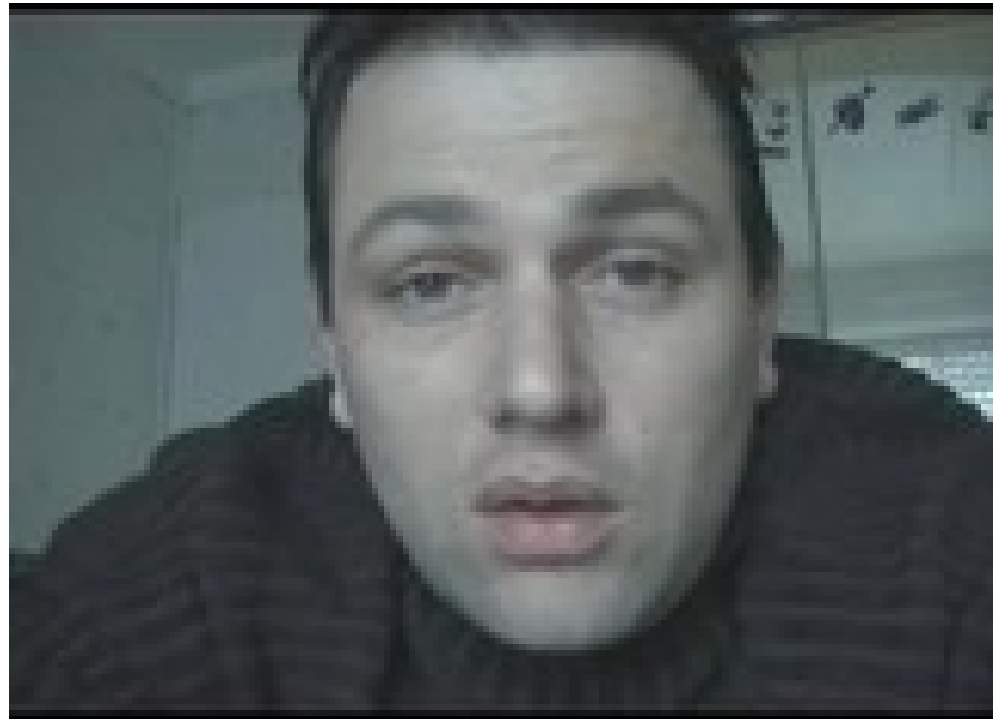
Il était une fois une jeune coréenne...

- ✓ En Corée du Sud
- ✓ Le chien d'une jeune femme fait ses besoins dans le métro
- ✓ Elle ne nettoie pas en quittant la rame
- ✓ Prise en photo et mise en ligne sur le Web
- ✓ Elle sera traquée, retrouvée et humiliée



Le cas Yoan Demarq

- ✓ Yoan Demarq, arnaqueur sur le site gratuit de petites annonces locales « Le Bon Coin »
- ✓ Une victime
- ✓ Une vidéo explicative destinée aux victimes et pour alerter



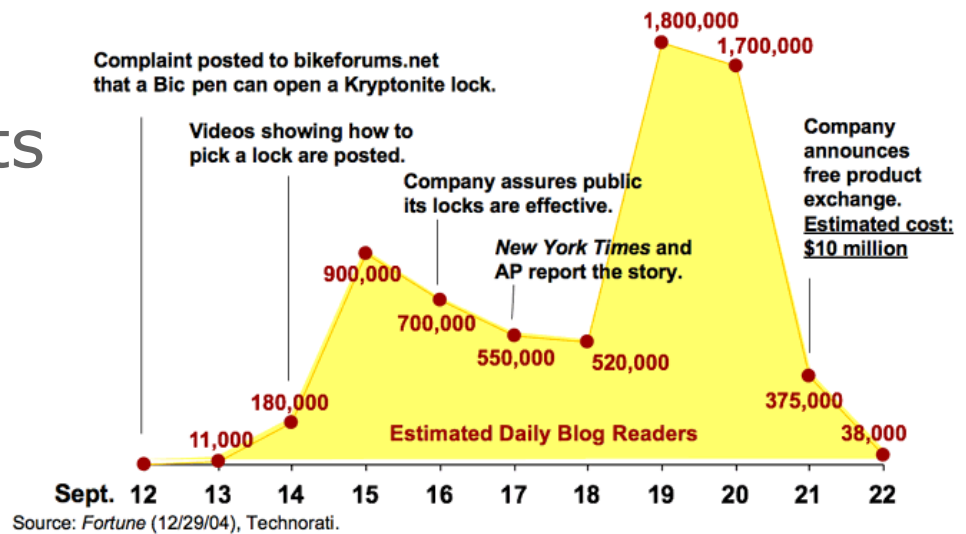
Kryptonit

- ✓ En 2004, une vidéo montrant l'ouverture facile d'un anti-vol Kryptonit est mise en ligne sur le blog Engadget

Kryptonite's Blogstorm

- ✓ Temps de réaction de Kryptonit : 10 jours
- ✓ 250 000 téléchargements en 72 h
- ✓ Pertes estimées : 10 millions de \$

How ten days of blog chatter crippled a company's reputation



Motrin

- ✓ Mise en ligne sur le site de Motrin d'une vidéo sur la commercialisation « Baby Wearing »
- ✓ Un slogan : « *We Feel Your Pain* »
- ✓ 140 000 vues en trois jours et de vives réactions de la part des mamans
- ✓ Twitter Moms
- ✓ Temps de réaction : plusieurs mois



2. Nous laissons des traces partout

- ✓ Sur les blogs, les forums, les sites de partage (photos, vidéos...), dans les moteurs de recherche...
 - ✓ Et ces traces sont permanentes !
 - ✓ Ce qu'il faut savoir aussi :
 - ✓ 30 % des recherches se font sur une personnes
 - ✓ « Googler » devient une pratique de plus en plus courante
- « Tout ce que vous direz pourra être retenu contre vous »*

3. Faire avec le Web 2.0

- ✓ Le Web 2.0 est ouvert et participatif
- ✓ On peut être évalué de différentes manières
- ✓ Il est un nouvel « outil » pour être visible et gagner en visibilité
- ✓ Mais c'est un « outil » délicat



« On ne maîtrise pas tout à 100 % »

4. *Les challenges*

Pour Christophe Asselin (Digimind), les challenges sont nombreux :

- ✓ La multiplicité des supports (blogs, digg-like...)
- ✓ La démultiplication des informations
- ✓ La propagation rapide
- ✓ Le volume des informations alimenté en continu
- ✓ La richesse et la variété des sources

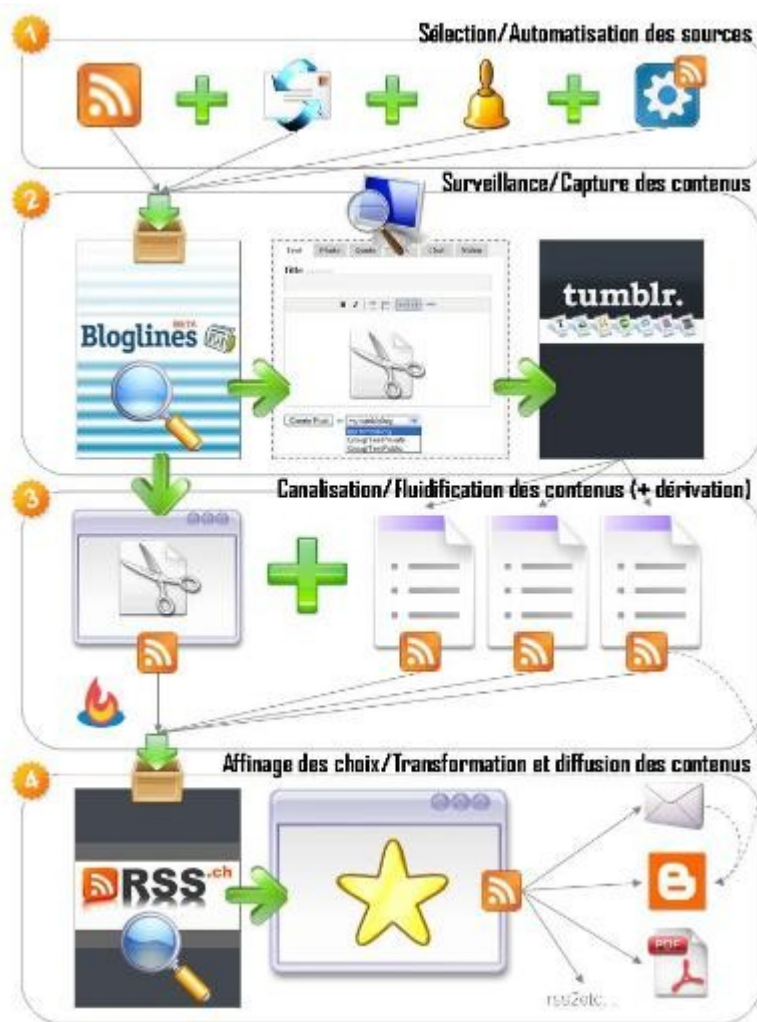
5. Que dit-on de moi ?

- ✓ Les outils
- ✓ Une méthodologie

Quelques outils

- ✓ Les moteurs de recherche (Google, Yahoo...)
- ✓ Les moteurs de blogs et de bookmarks (Google Blogs, Technorati...)
- ✓ Les systèmes d'alerte (Google Alerts...)
- ✓ Les réseaux sociaux (Viadeo, LinkedIn...)
- ✓ Les outils de suivi de conversation (Blogpulse.com)
- ✓ Les logiciels d'analyse d'audience (Google Analytics...)
- ✓ ...

Une méthodologie ?



1. Sélection/Automatisation des sources
2. Surveillance/Capture des contenus
3. Canalisation/Fluidification des contenus
4. Affichage des choix/Transformation et diffusion du contenu

6. *Une petite conclusion*

- ✓ Personne/Aucune entreprise n'est à l'abri
- ✓ Il faut être prudent
- ✓ On ne maîtrise pas tout
- ✓ Il faut être réactif
- ✓ Tout ne peut pas être automatisé

« Etre à l'origine de l'essentiel de l'information sur vous ! »



*Merci de
votre
attention !*

Emilie.Ogez@xwiki.com

<http://www.doppelganger.name>