



La gestion d'une crise sur Internet et les réseaux sociaux demande à la fois une véritable réflexion stratégique, mais aussi la connaissance des codes, techniques et du vocabulaire spécifique au web. Cap Sirius vous propose la définition et l'explication de mots-clés pour gérer une crise sur le web et limiter les impacts sur la e-réputation.

MOT CLE : E-REPUTATION

LA THEORIE : l'e-réputation, parfois appelée web-réputation, cyber-réputation, réputation numérique, sur le Web, sur Internet ou en ligne, est la réputation, l'opinion commune (informations, avis, échanges, commentaires, rumeurs...) sur le Web d'une entité (marque, personne, morale (entreprise) ou physique (particulier), réelle (représentée par un nom ou un pseudonyme) ou imaginaire. Elle correspond à l'identité de cette marque ou de cette personne associée à la perception que les internautes s'en font. Cette notoriété numérique, qui peut constituer un facteur de différenciation et présenter un avantage concurrentiel dans le cas des marques, se façonne par la mise en place d'éléments positifs et la surveillance des éléments négatifs. L'e-réputation peut aussi désigner sa gestion, via une stratégie globale et grâce à des outils spécifiques (activité à l'origine de nouveaux métiers) pour la pérennité de l'identité numérique. (Source Wikipédia).

LA PRATIQUE : « **Votre entreprise/marque n'est pas ce que vous en dites, mais ce que Google en dit !** » Source : Chris Anderson, journaliste américain. Et, c'est même la première page de résultats de Google qui donne le ton.

Pour en savoir plus sur la gestion de la e-réputation lors d'une crise ou situation sensible sur les réseaux sociaux, vous pouvez nous contacter au 01 45 30 26 77

Retrouvez-nous sur www.capsirius.com

Cap Sirius
4 rue Léon Delagrangre 75015 Paris
+ 33 (0) 1 45 30 26 77