



Gérer son identité numérique

Comment gérer son identité personnelle ou celle de son entreprise dans les médias sociaux ?

- ▣ Les médias sociaux en quelques chiffres
- ▣ Définitions de l'identité numérique
- ▣ Gérer sa e-réputation
- ▣ Être présent sur les médias sociaux
- ▣ Définir votre stratégie
- ▣ Faites vous entendre !
- ▣ Pour aller plus loin

3. GÉRER SA E-RÉPUTATION

Gérer son identité numérique et sa e-réputation c'est avant tout surveiller l'utilisation et la diffusion de toutes les informations à son sujet ou au sujet de son entreprise.

🔍 Évaluer votre e-réputation

- Commencez par évaluer votre présence en ligne en vous aidant des moteurs de recherche tel que Google. Utilisez comme mot-clé votre nom, le nom de vos employés, le nom de votre société et de vos services.
- Utilisez ensuite des moteurs de recherche spécialisés pour affiner vos recherches : <http://webmii.com/CompanySearch.aspx>
- Dressez une liste sur un tableur des URLS trouvées en fonction des résultats (négatifs, positifs, non pertinents). Suivant les résultats vous pouvez faire jouer votre droit de rectification.

🔍 Surveiller sa e-réputation

- Vous pouvez commencer par utiliser les systèmes d'alerte en ligne sur des mots-clés tels que Prénom/Nom ou le nom de votre entreprise (Google Alerte : <http://www.google.fr/alerts> ou Alerti en version gratuite : <http://fr.alerti.com>)
- Vous pouvez utiliser en complément des systèmes de recherche spécialisés dans la mesure de l'impact social comme Wikio <http://www.wikio.fr> ou Backtype <http://www.backtype.com>.
- Il existe des solutions payantes plus efficaces et automatisées pour vous aider à gérer votre e-réputation : « Web Reputation », ou encore « Reputation defender » proposent de surveiller les sites sur lesquels on parle de votre société, de protéger votre réputation et de prendre en compte les avis des clients à votre sujet.

4. ÊTRE PRÉSENT SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

Il faut savoir que personne ne peut complètement maîtriser sa e-réputation cependant tout le monde peut maîtriser sa visibilité sur Internet. Vous trouverez ci-dessous quelques pistes pour maîtriser l'image de votre société.

Si vous souhaitez faire connaître le nom de votre entreprise et maîtriser votre communication il est préférable de protéger le nom de votre société ainsi que votre patronyme. Commencez par vous inscrire sur les principaux médias sociaux :

- Inscription Facebook : <https://www.facebook.com>
- Inscription Twitter : <http://fr.twitter.com>
- Inscription Viadeo : <http://join.viadeo.com/step/registration?lang=fr>
- Inscription LinkedIn: https://www.linkedin.com/reg/join?trk=hb_join
- Inscription Google + : <https://plus.google.com>

Présentez votre société et laissez au minimum des informations relatives aux activités de votre société, vos coordonnées et l'adresse web de votre site internet.

Si vous découvrez que des sites diffusent de fausses informations au sujet de votre entreprise, vous êtes en droit de leur demander des modifications. De même, si vous trouvez sur des moteurs de recherche des liens menant vers des pages qui portent atteinte à votre image, vous êtes en droit de demander leur retrait des bases des données des moteurs de recherche.

Vous pouvez également choisir d'ouvrir un blog afin d'avoir un lieu privilégié pour échanger avec vos clients ou vos prospects. Les plateformes comme <http://fr.wordpress.com/> ou <http://www.blogger.com/start?hl=fr> vous permettent d'ouvrir et d'héberger des blogs gratuitement. Le plus efficace en termes de visibilité étant d'ouvrir un nouveau nom de domaine et d'héberger vous-même votre blog. ATTENTION si vous ne pouvez pas produire du contenu régulièrement, évitez de créer un blog car cela donnerait une image négative de votre société ...

Objectif visé	viadeo	LinkedIn	facebook
Business			
Trouver des clients	***	**	*
Etablir des partenariats	***	*	**
Accéder à des décideurs	**	***	*
Networking			
Animer son réseau	***	*	**
Organiser des événements	**	*	***

5. DÉFINIR VOTRE STRATÉGIE

- **Définissez pourquoi** vous désirez être présent dans les médias sociaux (prospection, veille, présentation de services, image, etc.)
- **Quelles cibles** souhaitez-vous toucher par ce biais (client, prospect, journaliste, etc.)
- **Identifiez où** est votre principale audience.
- **Choisissez enfin vos médias** en fonction de votre analyse et ne vous limitez pas à un seul média. Il faut multiplier les supports pour avoir un impact important.
- **Rédigez une charte de bonne conduite** sur les médias sociaux. Définissez simplement qui a le droit d'utiliser et de diffuser sur vos profils sociaux. N'hésitez pas à mettre au clair dès le départ les sujets que vous pouvez évoquer et ceux qui sont dangereux (vos clients, votre chiffre d'affaires, certains services, etc.).

6. FAITES-VOUS ENTENDRE !

Afin de gérer au mieux votre e-réputation il faut être proactif. Il est inutile d'attendre que l'on parle de vous, commencez par vous montrer !

- **Mettez en place votre plan d'action** qui découle de votre analyse stratégique évoquée ci-dessus.
- **Dès que vous aurez créé vos profils sociaux** n'hésitez pas à participer en donnant votre avis ou en diffusant de l'information. Vous pouvez par exemple apporter un commentaire sur un blog dont la thématique est proche de votre activité. Vous pouvez également partager votre veille métier.
- **Créez du contenu et diffusez-le largement.** Profitez de votre blog ou de tout autre espace communautaire pour diffuser votre contenu. N'hésitez pas à partager vos analyses sur votre métier. Cela vous permettra d'obtenir une meilleure visibilité pour votre entreprise et de vous positionner en tant que sachant.
- **Les sujets d'articles sont nombreux.** Vous pouvez parler par exemple de cas pratiques, de vos réalisations, de vos services, d'une promotion, d'une embauche, d'un témoignage client ou des techniques que vous maîtrisez.
- **Rejoignez les communautés déjà en place** sur les thématiques qui vous sont proches :
 - _ «Hub douane et commerce international» (834 membres sur Viadéo).
 - _ «Conseil douane import export» (3000 membres sur Viadéo).
 - _ «Supply Chain et Logistique» (450 membres sur LinKedin).

7. POUR ALLER PLUS LOIN

Quelques outils pour améliorer votre veille sur votre nom ou sur le nom de votre société. De nombreux sites sont en anglais mais permettent de faire des recherches locales :

• Méta-moteurs sociaux

Whostalkin : <http://whostalkin.com>

Socialmention : <http://socialmention.com>

Samepoint : <http://www.samepoint.com>

Icerocket : <http://www.icerocket.com>

• Moteurs de blogs :

Google : <http://www.google.com/blogsearch>

Blogpulse : <http://www.blogpulse.com>

Technorati : <http://technorati.com>

Ask Blog : <http://blog.ask.com>

• Moteurs de news :

Google News : <http://news.google.fr>

Wikio : <http://www.wikio.fr>

Yahoo Actualités : <http://fr.news.yahoo.com>

Topix : <http://www.topix.com>

• Suivi de commentaires :

Backtype : <http://www.backtype.com>

Yacktrack : <http://yacktrack.com/search>

coComment : <http://www.cocomment.com>

Commentful : <http://www.commentful.com>

• Moteurs de forums :

Boardtracker : <http://www.boardtracker.com>

Google Groups : <https://groups.google.com>

Omgili : <http://omgili.com>

• Moteurs de microblogs :

Twitter Search : <http://twitter.com/#!/search>

TweetBeep : <http://tweetbeep.com>

Twilert : <http://www.twilert.com>

Monitter : <http://www.monitter.com>

• Recherche de personnes :

123people : <http://www.123people.fr>

WebMii : <http://webmii.com>

Pipl : <http://pipl.com>