

# L'E-réputation des organisations

Ce cours aide à comprendre l'importance cruciale de l'e-réputation pour les organisations et à acquérir les compétences nécessaires pour évaluer, surveiller et gérer efficacement cette ressource précieuse dans un environnement numérique en constante évolution.

[videoplayback.mp4](#)

## Introduction à l'E-réputation

[Définition de l'e-réputation](#)

[Importance de l'e-réputation pour les organisations](#)

[Lien entre l'e-réputation et la perception publique](#)

## Les Fondements de l'E-réputation

Sources de l'e-réputation (médias sociaux, sites Web, forums, etc.)

Impact des avis en ligne et des commentaires

Construction et gestion de la réputation en ligne

## Évaluation de l'E-réputation

Méthodes d'analyse de l'e-réputation

Utilisation d'outils d'analyse de médias sociaux

Surveillance des tendances et des conversations en ligne

## Risques et Menaces pour l'E-réputation

Identifications des risques potentiels pour l'e-réputation

Études de cas sur les crises de réputation

Prévention et atténuation des risques

## Gestion de l'E-réputation

Élaboration d'une stratégie de gestion de l'e-réputation

Gestion des commentaires négatifs et des critiques

Utilisation de contenu positif pour renforcer l'e-réputation

Le site <https://www.guest-suite.com/> de la société **Guest Suite** propose de nombreuses ressources sur l'e-réputation. En vous aidant notamment de son guide pratique de l'e-réputation, répondez aux questions suivantes :

- Dans quelles mesures les avis des internautes sont à **prendre en compte** pour l'e-réputation de l'entreprise ?
- Quels sont les sites, plateformes ou applications qui auraient le plus d'**impact** sur l'e-réputation ?
  - \* Quel est l'intérêt d'utiliser un **outil de gestion des avis** clients qui possède des **accords de diffusion** ?
- Y a-t-il un **intérêt** à répondre aux avis des clients ?
- Comment une organisation peut-elle **améliorer en continue** son e-réputation ?

## Éthique et Responsabilité en matière d'E-réputation

Impact éthique de la gestion de l'e-réputation

Respect de la vie privée en ligne

Normes de conduite pour la gestion de l'e-réputation

[A partir de ce document](#)

(cliquer ici)

, vous réaliserez une carte mentale avec Mindview afin de réaliser une présentation à l'ensemble de vos camarades.

Exemple de solution de création de cartes mentales en ligne : [https://www.canva.com/fr\\_fr/graphiques/carte-mentale/](https://www.canva.com/fr_fr/graphiques/carte-mentale/)

La gestion de l'é-réputation d'une organisation peut s'appuyer sur la réalisation régulière d'**audits** concernant la **perception de son identité** par les internautes.

En utilisant l'outil d'audit de visibilité du site <https://www.solocal.com/> répondez aux questions suivantes pour le site du lycée <http://www.lyc-valadon.ac-limoges.fr/> :

- Quels sont les **réseaux** sur lesquels l'outil d'audit recherche les **informations visibles** par les internautes ?
- Est-ce que les informations présentées par ces réseaux sont jugées **suffisantes** par l'outil et sont-elles **gérées** par le lycée Valadon lui-même ?
- Consultez **quelques avis** d'internautes et indiquez s'ils vous semblent **refléter** l'image / réputation que vous avez du lycée.

\* Les autres informations fournies par l'outil vous semblent-elles **\*\*pertinentes et utiles\*\*** ?

L'outil vérifie la présence du fichier **robots.txt**.

- Quel est le **rôle** de ce fichier situé à la racine d'un site Web ? </WRAP>

From:

/ - Les cours du BTS SIO

Permanent link:

[/doku.php/cejmas2/l\\_e-reputation\\_de\\_l\\_organisation?rev=1698862718](/doku.php/cejmas2/l_e-reputation_de_l_organisation?rev=1698862718)

Last update: **2023/11/01 19:18**

