

Communiqué de presse

B2WIN GERE LA REPUTATION DES MARQUES SUR INTERNET

Bruxelles, le 27 juin 2008 — B2Win (www.b2win.be), un bureau indépendant de Relations Presse (RP), vient de lancer un service d'Online Reputation Management (ORM - <http://onlinereputationmanagement.wordpress.com/>). Il s'agit du monitoring et de la protection en ligne de la réputation des entreprises clientes. L'originalité de ce service réside dans l'approche résolument novatrice qu'il offre en cette matière aux marketeers.

Quelle que soit la solution ORM répondant à la problématique spécifique d'une entreprise, B2Win peut prendre en charge les 3 phases d'e-Reputation, à savoir : la veille du buzz, l'analyse des résultats et les actions visant à stimuler la présence internet du client ou à influencer la perception des utilisateurs.

Une évidence s'impose aujourd'hui : si une large majorité des consommateurs achètent encore offline, ils se connectent toutefois à internet pour faire des recherches, lire les résultats de tests et prendre connaissance d'avis d'autres utilisateurs. Ce phénomène est d'autant plus vrai qu'avec le nombre croissant d'applications web 2.0 (telles que les blogs, les wikis, les flux RSS, les forums, les réseaux sociaux, etc.), l'information peut être rapidement postée sur le net, indexée par les moteurs de recherches et reprise par les médias traditionnels. Il est donc capital pour les responsables d'entreprises d'écouter activement ce qui circule en ligne.

« *Cela fait plus de 10 ans que je gère la réputation d'entreprises dans la presse. Force est de constater de nos jours que le monde des médias et l'internet se rapprochent sensiblement* » estime Valérie Léonard, Managing Director et PR Consultant de B2Win. « *La création du service ORM est donc un développement logique pour un bureau tel que B2Win. D'autant que l'agence est historiquement spécialisée dans le secteur IT et internet.* »

Online Reputation Management, la mission

L'objectif principal de l'Online Reputation Management est triple :

1. **Mesurer le buzz** sur le net à la suite d'une campagne marketing/communication online ou offline. Cela revient à mesurer le volume de liens internet où les mots clés sont mentionnés sur une période donnée.
2. **Identifier des opportunités de communication**, voire de nouveaux produits. En analysant le contenu de ces 'bruits' en ligne, il est possible de découvrir ce qui fait réagir les consommateurs. Une communication ciblée sur ce sujet, ou un nouveau produit intégrant la fonctionnalité tant recherchée par les internautes, ne pourra dès lors que rencontrer une attention certaine.
3. **Éviter ou gérer une crise.**
Le fait de 'monitorer' le buzz crée des opportunités d'actions visant à résoudre des

problèmes (liés à des critiques négatives) ou gérer des rumeurs, 2 événements qui peuvent influencer défavorablement l'image ainsi que la réputation des entreprises.

L'ORM peut également avoir d'autres applications comme, par exemple, la veille juridique afin de repérer les atteintes à une marque (détournement de slogans publicitaires ou de logos, dénigrement des produits ou services, mise en cause des dirigeants, parodie de marques, usurpations de noms de domaines, etc.).

Online Reputation Management, l'approche B2Win

Grâce au service d'Online Reputation Management de B2Win, l'entreprise cliente protège et gère son image, et ce en respectant 3 étapes, à savoir :



Veille — Avec l'avènement du Web 2.0 (blogs, forums, réseaux sociaux, podcasts,...) il est très facile de publier de l'information. Aussi vu l'étendue et la complexité d'internet, combinées à la vitesse de propagation des nouvelles, on utilise des solutions techniques qui automatisent la veille électronique. Ces systèmes exigent une configuration précise et régulièrement adaptée. En outre, ils réclament un suivi quotidien manuel. L'objectif de cette étape déterminante réside à la fois dans la mesure du buzz ainsi que dans un contrôle proactif des conversations en lignes et de l'espace occupé dans les résultats de recherche.

Analyse — Sur base du volume de discussion (buzz), une analyse manuelle reste nécessaire pour faire le lien éventuel avec les campagnes online ou offline ou inventorier et distinguer les sites positifs des négatifs. Enfin, il est important de leur assigner un indicateur d'importance, sur base de sa position dans les moteurs de recherche, son ranking, la nature du lien (blog, forum,...), etc. Au cours de cette phase d'analyse, la découverte d'opportunités en terme d'amélioration des produits ou de nouveaux sujets de communication pourrait également survenir.

Actions — Pour protéger la marque et influencer la perception des consommateurs, il est nécessaire de faire appel à un mix de plusieurs expertises : Marketing, Relations Presse, Search Engine Marketing et juridiques.

A propos de B2Win – www.b2win.be ou <http://onlinereputationmanagement.wordpress.com/>

Créée en 2004 par Valérie Léonard, B2Win est une agence indépendante spécialisée en Relations Presse (RP). Active sur le marché belux, B2Win jouit d'une solide réputation auprès des journalistes et bénéficie d'un portefeuille clients stable.

L'agence offre un éventail complet de services RP (stratégie, plans de communication media, communiqués de presse, interviews, conférences de presse, etc.) qui interagissent en vue de renforcer l'image des entreprises clientes.

