

Entreprises : comment surveiller votre e-réputation ?



Par **Bercy Infos** , le 07/08/2024 - **Création de site internet Innovation et data**

LECTURE : 3 MINUTES

La réputation de votre entreprise sur Internet peut avoir un impact non négligeable sur votre activité. Savez-vous comment évaluer et maîtriser cette notoriété numérique qui vous représente ? On vous donne des outils.

Comment se construit votre e-réputation ?



La **Commission nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL)** définit l'e-réputation, autrement dit la réputation sur internet, comme **l'image en ligne** d'une entreprise ou d'une personne. Cette e-réputation se développe à partir de l'ensemble des informations mises en ligne sur des supports qui ne cessent de croître : **site institutionnel, réseaux sociaux, blogs, forums ou encore plateformes de partage de vidéos**. Les informations sont visibles par tous et émanent de sources très variées. Il est donc important d'évaluer sa réputation en ligne et d'essayer de la maîtriser.

Quels sont les enjeux de l'e-réputation ?

Avec l'émergence des réseaux sociaux mais aussi celle d'une multitude de plateformes proposant **des outils d'évaluation** où chacun peut contribuer, Internet est devenu un espace de discussion où toutes les opinions s'expriment.

Vous avez donc tout intérêt à y être présent afin **d'animer et de fédérer** votre communauté. En effet, votre présence sur ces médias peut contribuer à **créer un climat de confiance et de proximité** avec vos clients, en réagissant aux avis qui évaluent vos prestations, par exemple.

Enfin, si votre image de marque se dessine sur Internet, un candidat souhaitant rejoindre vos équipes utilisera probablement cet outil pour s'informer sur votre entreprise. Ainsi, soigner sa notoriété en ligne est un élément indispensable afin **d'attirer de nouveaux collaborateurs**.

Comment évaluer l'e-réputation de votre entreprise ?

Le premier réflexe à avoir afin de surveiller la e-réputation de son entreprise consiste à **régulièrement interroger les moteurs de recherche et les réseaux sociaux**, en y tapant le nom de votre entreprise et en consultant les résultats qui découlent de cette recherche. En résumé, réaliser une veille ponctuelle sur votre entreprise vous permet d'évaluer ce que l'on dit d'elle.

Vous pouvez par ailleurs **paramétrer un moteur de recherche** afin qu'il vous adresse des **notifications** à chaque fois que votre entreprise est citée. Grâce à cette démarche préalable, vous serez à l'écoute de ce qui se dit de votre marque ou vos produits et pourrez réagir en temps réel en cas d'observation négative.

Comment maîtriser l'e-réputation de votre entreprise ?

Si aujourd'hui vous avez la possibilité d'investir facilement les réseaux sociaux, il vous sera difficile de contrôler ce que les autres disent de vous sur internet. Par exemple, pour une entreprise de commerce en ligne, un seul mauvais commentaire sur un forum de consommateurs influent peut entraîner une baisse des ventes, car une grande partie des consommateurs se base sur **les avis en ligne** avant d'effectuer un achat.

Pour maîtriser votre image en ligne vous devez essayer de fédérer une communauté d'internautes autour de votre marque. Pensez donc à créer un discours cohérent et transparent sur votre entreprise sur la toile.

Il est de même important de proposer des réponses aux internautes qui vous laissent des commentaires positifs comme négatifs. Pour répondre aux clients insatisfaits il est toujours préférable de recourir à un discours pédagogique et factuel et de rester ouvert à l'échange.

À noter

Pour maîtriser votre réputation en ligne, il ne suffit pas de traiter les mauvais

commentaires ou de corriger les fausses informations, il est d'une importance égale de construire l'identité de votre entreprise en ligne, de communiquer ses valeurs et ses engagements aux internautes.

Que faire si les propos sur votre entreprise sont faux et diffamatoires ?

Enfin, si vous estimez que des propos tenus sur votre établissement sont **diffamatoires** et peuvent nuire à votre activité, 2 options s'offrent à vous pour obtenir leur retrait :

1. Dans un premier temps, **solliciter la suppression auprès de l'auteur** à l'origine des propos.
2. Si la 1^{ère} démarche n'est pas concluante, vous pouvez solliciter, conformément que **règlement général sur la protection des données (RGPD)** l'**effacement de données** vous concernant auprès du site internet à l'origine de la publication. Veillez à indiquer la raison qui motive votre requête. La CNIL met à votre disposition un **modèle de**

<

lettre à adresser.

Ces contenus peuvent vous intéresser

- Mentions sur votre site Internet : les obligations à respecter
- Sécurité de vos données : qu'est-ce que l'attaque par hameçonnage ciblé (spearphishing) ?

En savoir plus sur l'e-réputation de votre entreprise



E-réputation : 9 conseils pour soigner votre image *sur Bpifrance-creation.fr*



Comment gérer sa réputation sur Internet *sur francenum.gouv.fr*

Ce que dit la loi



Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016

Thématiques : [Création de site internet](#) | [Innovation et data](#)

Ce sujet vous intéresse ? Chaque jeudi avec la lettre Bercy infos Entreprises, recevez les toutes les dernières actus fiscales, comptables RH et financières... utiles à la gestion de votre activité.

Je m'abonne à Bercy infos Entreprises

exemple : nom.prenom@domaine.com

Je m'abonne

Je consens à ce que mon adresse email soit utilisée afin de recevoir les lettres de Bercy infos. [Consulter notre politique de confidentialité](#)