

E-réputation

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : E-réputation : stratégies d'influence sur Internet / Edouard Fillias,... Alexandre Villeneuve,... ; préface de Pierre Kosciusko-Morizet,...

Auteur(s) : Fillias, Édouard (1979-....)

Autre(s) auteur(s) : Villeneuve, Alexandre (19..-....)

Autre(s) responsabilité(s) : Kosciusko-Morizet, Pierre (1977-....) (Préfacier)

Mention d'édition : 2e édition

Editeur, producteur : Paris : Ellipses, impr. 2012, cop. 2013

Description matérielle : 1 volume (325 pages) : graphiques, figures, couverture illustrée en couleurs ; 24 cm

Collection : Actu'Gestion

ISBN : 978-2-7298-7596-1

EAN : 9782729875961

Appartient à la collection : Actu'gestion 2269-0557

Classification décimale Dewey : 658.45

Note sur les bibliographies et les index : Bibliographie p. 311-312. Liste de sites Internet p. 312-314

Résumé ou extrait : Plus personne n'échappe à son E-Réputation. Entreprises, politiques, particuliers : tous sont jugés au gré des résultats fournis par Google ou selon l'avis exprimé par les internautes sur les réseaux sociaux. Cette trace numérique est disponible aux curieux à tout moment et en tous lieux. Comment choisir son E-Réputation plutôt que la subir ? Nombreux sont les exemples de réputations de marques entachées pour avoir négligé l'influence du web. Maîtriser ce que les internautes perçoivent : tel est le défi d'une communication d'influence réussie sur Internet. Ces "secrets de fabrication" sont indispensables aux professionnels de la communication et des médias, tout comme au grand public désireux de décrypter ces nouvelles stratégies et techniques : Audit et veille d'image ; Analyse de

l'opinion en ligne ; Référencement ; Stratégies d'influence ; Community Management ; Social CRM et relation client en ligne ; Gestion de crise ; Boîte à outils juridiques ; Indicateurs de résultat. 35 cas d'école illustrent concrètement les mécanismes de l'influence digitale, notamment : La Redoute, Free, Sony, Greenpeace, Starbucks, KLM, Wikileaks, H&M, les Révolutions arabes, Obama... [Source : d'après la 4e de couverture]

Sujet - Nom commun : Réputation numérique

Entreprises -- Image

Marketing viral

Planification stratégique

Communication dans les organisations