

e-Réputation et Trust Management syllabus

Dr. Jean-Marc Seigneur

Demi-Module – Diplôme de Formation Continue

DAS Communication digitale, expertise web et réseaux sociaux

Depuis 2008, le terme e-réputation est de plus en plus recherché sur Google. En effet de plus en plus de personnes, marques et entreprises sont conscientes qu'elles peuvent avoir une certaine réputation sur le Web comme dans le monde réel à cause des nombreuses informations qu'elles, leurs clients ou leurs amis laissent sur le Web à partir des blogs, des forums, des réseaux sociaux... Elles veulent surtout voir si des informations n'entachent pas leur réputation comme par exemple des photos d'un produit défectueux ou d'une soirée bien arrosée. Or il est difficile de surveiller ces informations sans utiliser des outils de gestion de réputation en ligne. De plus, la gestion de la réputation en ligne ne s'arrête pas qu'à la surveillance. En effet, la gestion de la réputation comprend aussi l'analyse de ses sources agissant sur la réputation d'une entité et la mise en place d'actions pour avoir une influence sur ses sources et la réputation de cette entité. Ce module, en plus de donner un tour d'horizon de ces différentes étapes de la gestion de la réputation en ligne, permet de prendre en main les différents outils existant, gratuits ou payants, pour la gestion de la réputation en ligne. La réputation faisant partie des moyens de confiance entre êtres humains, le module montre comment la gestion de la réputation s'imbrique dans la gestion de la confiance, appelée trust management.

Thèmes abordés :

- Historique de l'e-réputation
- Etudes de cas du personal branding à l'e-réputation d'entreprise
- Méthodologie des 6 étapes clés de l'e-réputation d'entreprise
- Choisir une politique de gestion d'e-réputation
- Surveiller l'e-réputation en choisissant l'outil de veille le plus adapté
- Influencer l'e-réputation
- Moteurs de confiance en ligne et calculs d'e-réputation résistant aux attaques

Objectifs :

- Connaître les différentes étapes de la gestion de la réputation en ligne
- Savoir définir une politique de gestion de la réputation en ligne d'une entité
- Savoir mettre en place les meilleurs outils pour gérer au mieux la réputation en ligne d'une entité

Programme (indicatif)

- Historique de l'e-réputation
- Etudes de cas du personal branding à l'e-réputation d'entreprise
- Méthodologie des 6 étapes clés de l'e-réputation d'entreprise
- Choisir une politique de gestion d'e-réputation
 - TP : Veille sur votre personal branding
- Cours : Surveiller l'e-réputation
 - Audit d'e-réputation
 - Choix des mots clés stratégiques dont ceux de crise
 - Choix de l'outil de veille en e-réputation
 - Analyse quantitative et qualitative avec nuages de mots clés, diagrammes de buzz, d'influence et de communautés, analyse de sentiments automatique
 - Mise à jour des mots clés et alertes
 - Les bases de l'algèbre Booléen pour effectuer les recherches
 - TP : Utilisation d'outils de surveillance pour sa e-réputation
 - LinkedIn Social Selling Index, Google Alerts, Mention, SindUp, TalkWalker, Buzzsumo...
 - Tableaux de bord dynamiques d'e-réputation avec Cyfe
- Cours : Influencer l'e-réputation
 - TP : Utilisation d'outils d'influence pour sa e-réputation
 - Plan de communication, planning des posts et redirections, pratique avec IFTTT
 - Référencement organique, payant et publicités en ligne, pratique avec SEMRush
- Cours : Moteurs de confiance en ligne et calculs d'e-réputation résistant aux attaques
- Cours : Théorie des graphes et application aux réseaux de confiance
 - TP : Mise en pratique avec le logiciel spécialisé Gephi

Chargé de cours

Dr. Jean-Marc Seigneur, <http://www.linkedin.com/in/jmseigneur>

Dates et horaires

Le vendredi 14 décembre 2018 de 14h15 à 21h et le samedi 15 décembre 2018 de 8h à 13h

Méthodes pédagogiques

- Enseignement ex-cathedra et études de cas
- Démonstration et utilisation des outils et services gratuits et payants de la gestion de la réputation en ligne

Mode d'évaluation

Evaluation du rapport final sous format PDF présentant les différents résultats donnés par les différents outils de gestion de la réputation en ligne utilisés pendant le cours

Bibliographie

L'achat de ces ouvrages n'est pas obligatoire. Des documents complémentaires seront mis en ligne pour les participants pendant le cours.

- "Les 6 étapes clés de l'e-réputation d'entreprise", présentation de J.-M. Seigneur, <https://www.slideshare.net/jmseigneur/les-6-tapes-cls-de-lerputation-dentreprise>
- "E-Réputation: Stratégies d'influence sur Internet", Edouard Fillias, Alexandre Villeneuve
- "E-réputation - Méthodes et outils pour les individus et les entreprises", Albéric Guigou, Gaël Mallet, Matthieu Rossi et Xavier Vespa
- "Online e-Reputation Management Services", J.-M. Seigneur, chapitre du livre "Computer and Information Security Handbook"
- "Computing with Social Trust", J. Golbeck, dont un chapitre de J.-M. Seigneur