

Bad buzz : pas de fumée sans feu ?

Jean a compris que son e-réputation, ce n'est pas ce qu'il est, c'est ce qu'on dit de lui sur Internet. Un amer constat qu'il a su combattre et maîtriser avec pragmatisme, grâce à l'appui d'une agence d'e-réputation.

Jean Verduiden est un scientifique de l'ombre. Dès son doctorat en poche, il a fondé, il y a deux ans, la société Tigo pour commercialiser un procédé d'accélérateur de production de vaccins.

La firme pharmaceutique HTL Pharma a flairé le potentiel puisqu'elle lui offre aujourd'hui un poste de directeur de recherches et le rachat de ses brevets.

GUÉRILLA MARKETING

Mais, coup de théâtre, la blogosphère s'enflamme : le procédé soi-disant révolutionnaire ne serait ni efficace ni innovant. Des témoignages très informés alimentent visiblement les blogueurs. Bientôt, il est question de fumisterie, voire d'escroquerie pour laquelle Jean Verduiden aurait déjà été condamné. Plus encore, le site tigo.com est piraté, relayant désormais un slogan anti-vaccin. L'affaire se répand comme une traînée de poudre et la presse s'en empare. HTL Pharma suspend ses négociations.

MIEUX VAUT ATTENDRE DES RENFORTS

Jean, dans un coup de sang, rédige un communiqué qu'il place sur son site. Il y invective particulièrement les réseaux sociaux et leur satané pouvoir de désinformation, allant jusqu'à les comparer à la Gestapo. Il n'en fallait pas plus pour galvaniser les internautes, soutenus par des associations particulièrement actives dans le secteur des médias décriés. « Pendant quelques jours, je n'ai plus osé m'exprimer. Nulle part. Puis, on m'a parlé de vous » explique M. Verduiden à REPUTATION 365 qui entre en scène.

RECONNAISSANCE DU THÉÂTRE D'OPÉRATION

Vincent et les analystes de l'agence explorent sa présence web, ses sphères d'influence, ses détracteurs et autopsient son *bad buzz*. Christophe lance un audit de sécurité informatique qui révèle et corrige les points d'entrée du piratage. L'audit de référencement de Philippe repense la structure et le contenu de son site. Sandrine, analyste profil et stratégie, écoute Jean. Ensemble ils définissent ses objectifs et les canaux de communication les plus adaptés.

DÉPLOIEMENT TACTIQUE

C'est alors que le processus de reconstruction commence. Liliane, journaliste et copywriter, rédige des articles fouillés. Les communiqués de presse rétablissent la vérité et sont largement relayés grâce au travail de Madeleine, "Relations presse" et habituée aux communications de crise.

Peter, Avocat de l'agence, décrypte la situation : diffamation, pratiques déloyales, délits informatiques. Il accompagne Jean dans les actions amiables et judiciaires et obtient des droits de réponse.

Frédéric, photographe et graphiste, travaille en parallèle sur l'image de Jean : reportages photo en studio ou lors d'événements, charte graphique, fascicules, kits presse.

Maîtrise et transparence sont bien les maîtres-mots du chef de projet qui conduit cette équipe pluridisciplinaire

ELIMINATION DES POCHEs DE RÉsISTANCE

"Il n'y a pas de fumée sans feu" osent rétorquer certaines associations... mais un peu tard. L'équipe de REPUTATION 365 leur a déjà coupé l'herbe sous le pied à grands renforts de dossiers de presse, d'articles de blogs et d'événements médiatisés. De plus, Jean a suivi la formation "media training" de Madeleine pour communiquer efficacement avec les journalistes et les influenceurs. Il a maintenant toutes les armes pour communiquer, s'expliquer, se vendre.

MISE EN PLACE DE SENTINELLES

Cet effort est payant : HTL Pharma revient vers Jean, proposant de reprendre les négociations là où elles en étaient.

La vigilance reste de mise mais les affaires reprennent, et de plus belle. • S.M.

Cette histoire aurait pu être la vôtre. Ou celle de votre collègue, partenaire ou voisin... Mais nous avons opté pour un cas fictif. Car un de nos engagements est le respect de la confidentialité.



VINCENT PITTARD,
CO-FONDATEUR DE
www.REPUTATION365.eu

« L'e-réputation ne se nettoie pas, elle se construit. C'est pour cela que nous renforçons et valorisons votre réputation positive. Google et

les réseaux sociaux ne sont que la partie visible de votre 'Personal branding'. Nous défendons et construisons votre image numérique au-delà d'internet, comme avec une marque. Une approche à 365°, 365 jours par an. »