



PERSONAL BRANDING ET E-RÉPUTATION POUR LES ENTREPRENEURS

IPAG ENTREPRENEURSHIP WORKSHOP SERIES – VINCENT DUTOT, PH.D, HDR



QUI SUIS-JE?

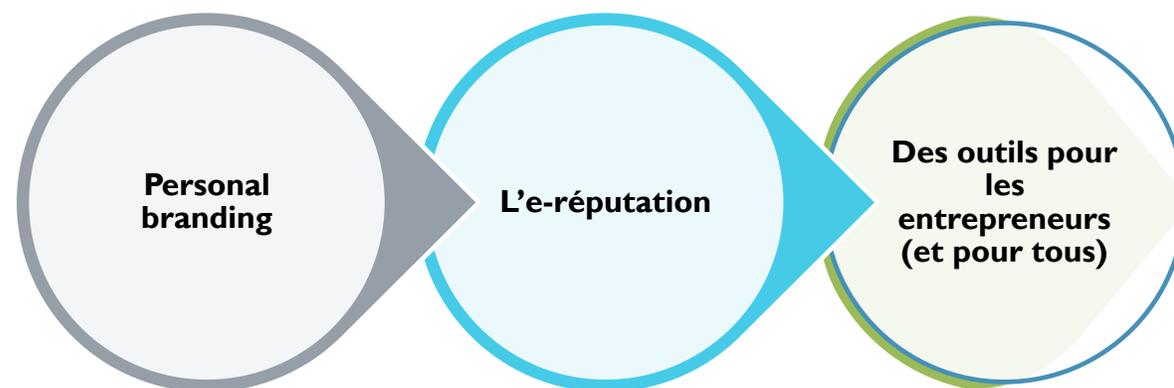
- Enseignant – chercheur en Management des Systèmes d'information
- PhD en Management des systèmes d'information (Canada)
- Livres : e-Réputation, médias sociaux et concepts clés du digital



- Consultant – conférencier
- 15 ans d'expérience auprès de PME, grandes entreprises et gouvernement
- Accompagnement stratégie d'entreprise
- Formateur
 - Social media, Web mobile et performance des réseaux sociaux
 - Transformation digitale

www.vincentdutot.com

DÉROULÉ DU WORKSHOP



LE PERSONAL BRANDING C'EST QUOI ?

*Une pratique qui consiste pour un individu à promouvoir **lui même son image et ses compétences** par le biais des techniques marketing et publicitaires utilisées habituellement pour promouvoir une marque.*

Dans cette démarche, l'individu vise à devenir lui-même une marque reconnue

*Pour un entrepreneur, c'est **humaniser l'entreprise***

LE PERSONAL BRANDING (POUR L'ENTREPRENEUR) C'EST QUOI ?

Pouvoir 1

- Travailler son image personnelle pour se faire connaître
- Une publication sur un RS personnel génère 560% de portée en plus que celle sur un RS pro (et 8 fois plus d'engagement)

Pouvoir 2

- Établir une relation de confiance avec le consommateur
- Recommandation et confiance en 1 personne est plus importante que dans une entreprise (88%)

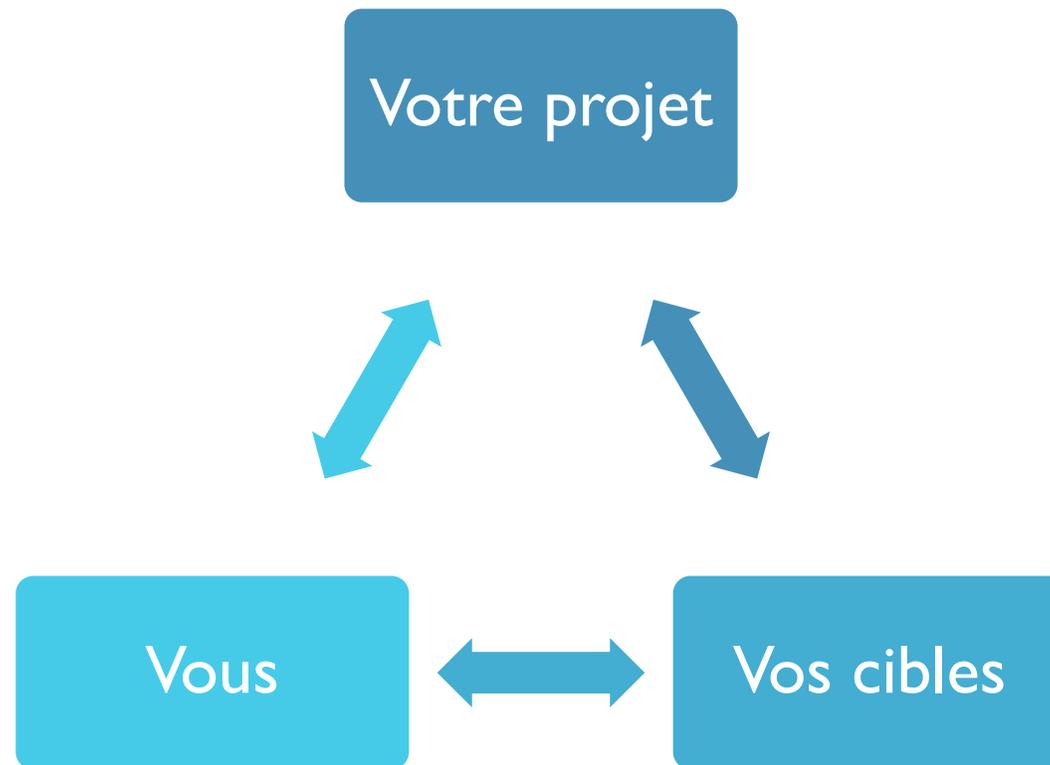
Pouvoir 3

- Confiance = fidélité
- Volatilité plus importante à une entreprise vs individu

Pouvoir 4

- PB est un avantage concurrentiel
- Rôle du fondateur est essentiel dans la réussite d'une communication

AVANT DE COMMENCER, IL VOUS FAUT CLARIFIER...



VOUS

- Vos talents / points forts
 - Acquis, compétences
 - Savoir-faire, expertise
 - Savoir être, qualités relationnelles
- Votre différence
- Votre parcours
- Votre style, univers
- Vos valeurs, passions
- Vos centres d'intérêt

VOTRE PROJET

- Quelle vision ?
- Quelle mission ou contribution ?
- Quelles ambitions ?

VOS CIBLES

- Secteur d'activité
- Marché
- Réseaux et contacts
 - Relation
 - Prospects
 - Prescripteurs

EN 10 POINTS CLÉS

SBA • Compta



LES 3 ERREURS À ÉVITER

1. Se créer une fausse identité
 - Rester soi-même est la base du PB
2. PB = logo
 - Le logo est une partie de votre PB, il faut y ajouter le lien, le sentiment et l'affectif
3. Rester sur un même PB sur le long terme
 - L'évolution de l'entrepreneur (et de l'entreprise) va faire évoluer le PB. Faire un bilan régulier est essentiel

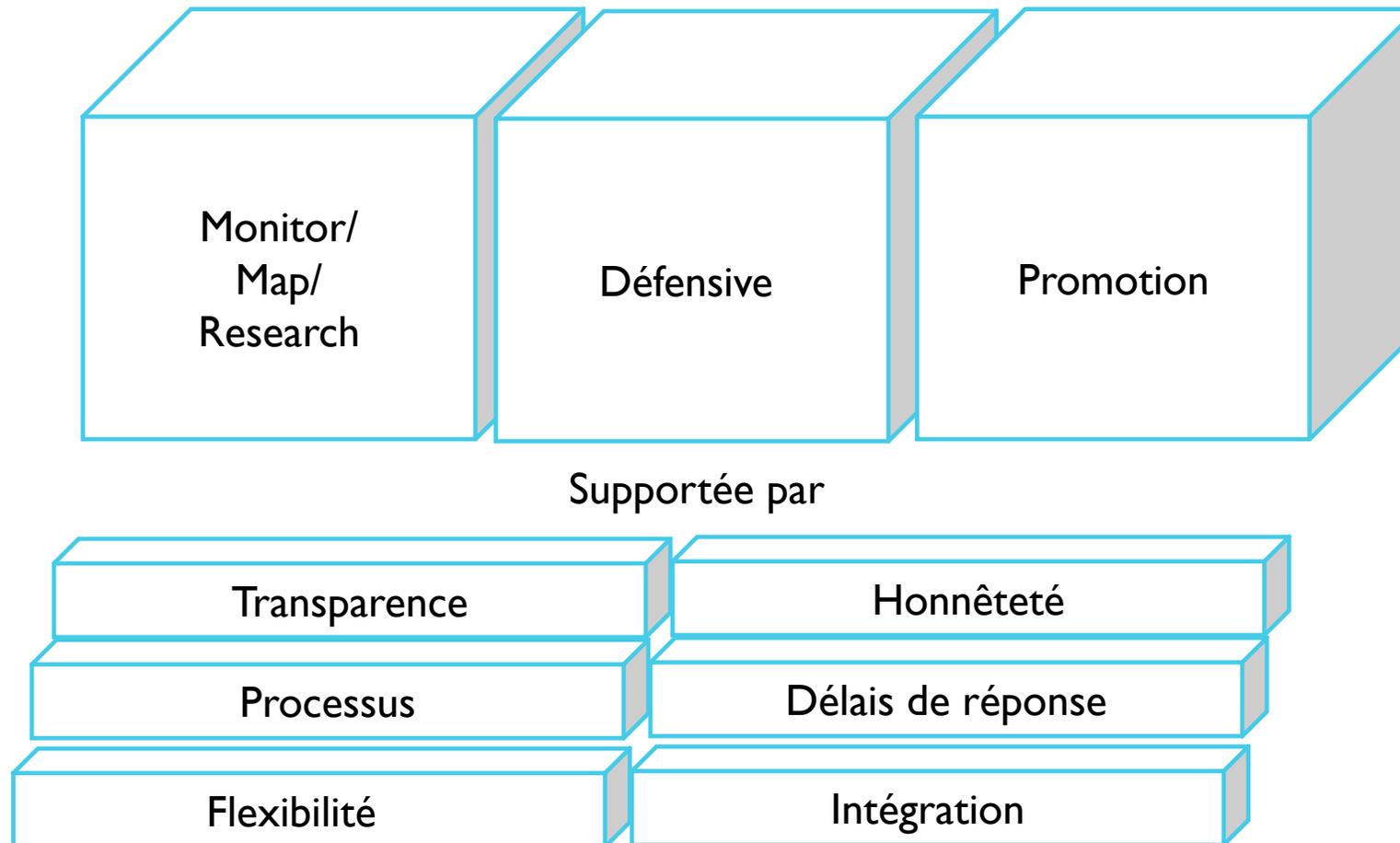
LIEN ENTRE PB ET E-RÉPUTATION



L'E-RÉPUTATION C'EST QUOI ?

*L'e-réputation est l'image qu'on se fait d'un individu ou d'une organisation à partir des traces qui le ou la concernent sur Internet. Il y a deux composantes : d'une part l'**identité**, c'est-à-dire l'image qu'on va bâtir, les compétences mises en avant, les points de différenciation ; d'autre part, **la réputation**, qui est ce qu'on dit de nous*

L'E-RÉPUTATION COMMENT ÇA MARCHE ?





QUELS OUTILS POUR GÉRER VOTRE PB



GRATUITS (LES CLASSIQUES)

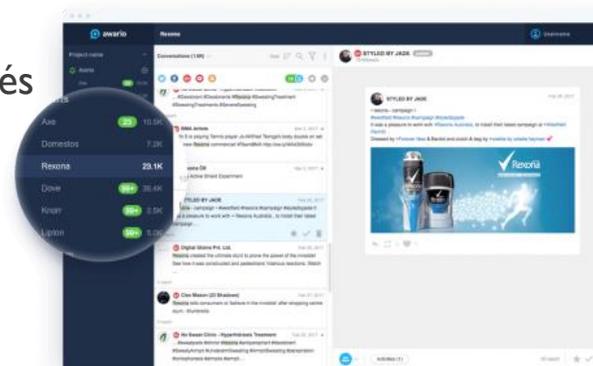
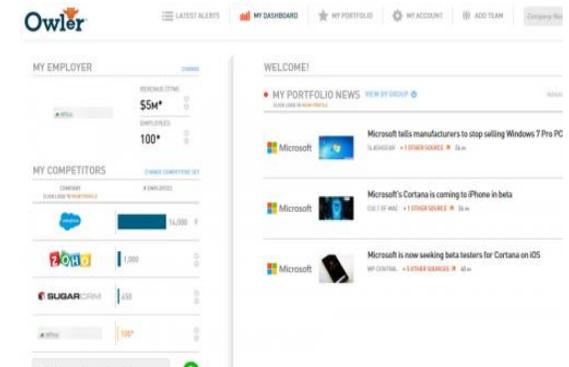
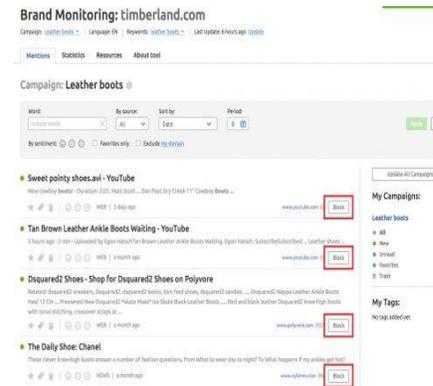
- Google Alerts
- Social mention
- Talkwalker
- Manque de performance (vieux contenus remontent, recherche pas profonde)
- Image simple mais rapide
- Bien pour un freelance et pour débiter

ON VA UN PEU PLUS LOIN (MAIS ON RESTE DANS LES CONNUS)

- Mention
 - Gratuit avec déjà quelques mentions par jour
- Alerti
 - Veille complète en Français
 - Payante
- Hootsuite
 - Gestion des médias sociaux au sens large
- On commence à analyser avec plus d'efficacité
- Analyse temps réel

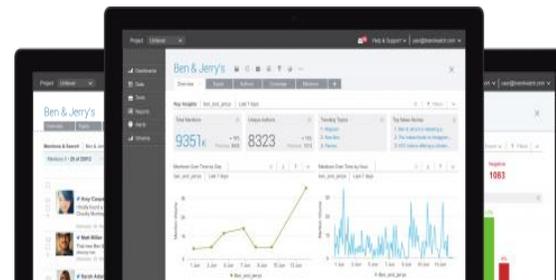
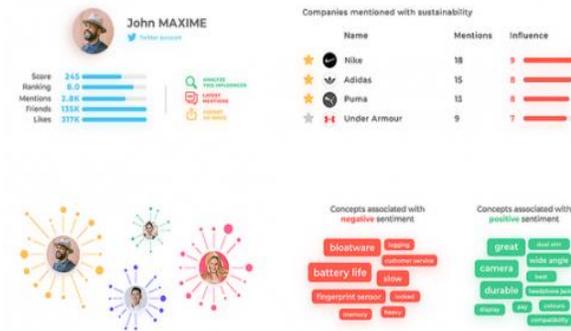
OUTILS PLUS SPÉCIFIQUES

- SEMrush ou SimilarWeb
- Owler
 - Veille sectorielle très simple et performant
- Awario
 - Solution de brandmonitoring (30\$ par mois pour 3 projets), analyse de sentiments, détection de mots clés pour prospecter



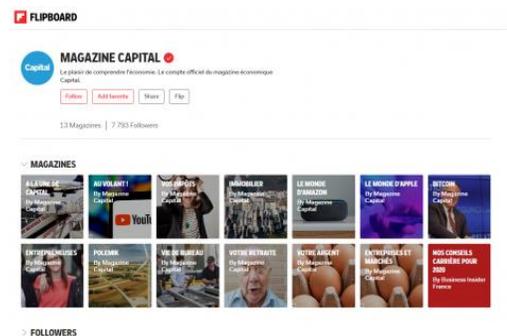
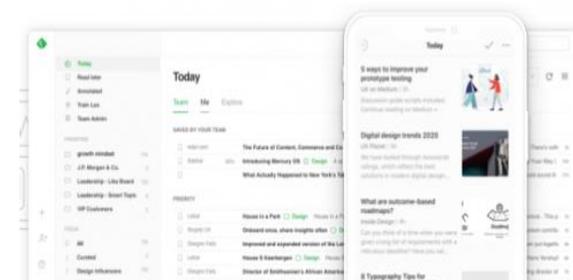
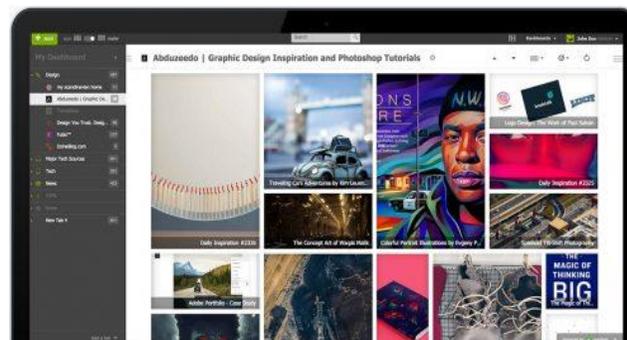
OUTILS PROFESSIONNELS POUR L'E-RÉPUTATION

- Digimind
 - Veille stratégique mais coût de 100 euros / mois. Focus grande entreprise
- Brandwatch
 - Très puissant (attention aux requêtes) mais cher
- Talkwalker
- Eloquant
 - Écoute Web et analyses enquêtes client



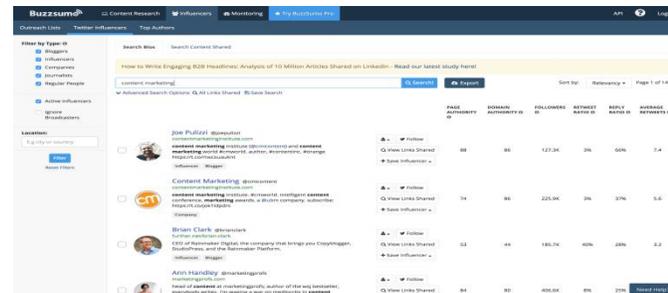
OUTILS VEILLE SECTORIELLE

- Netvibes
 - Lecteur de flux RSS complet
- Feedly
 - Agrégateur de flux RSS
- Flipboard
 - Agrégateur d'actualités
- Flint
 - Veille sur les médias sociaux, basée sur l'IA



QUELQUES DERNIERS POUR FINIR

- Buzzsumo
 - Identification d'influenceurs
- Meltwater
- Cision (travail avec Brandwatch)
- Yext
 - Gestion des mentions sur les local directories



The screenshot shows the Buzzsumo interface with search results for 'content marketing'. The results are sorted by relevance and include columns for Page Authority, Domain Authority, Followers, Retweet Score, Reply Score, and Average Retweets. The top results are:

Profile	Page Authority	Domain Authority	Followers	Retweet Score	Reply Score	Average Retweets
Joe Pulizzi @joepulizzi	88	95	122.3K	3%	50%	7.4
Content Marketing @contentmarketing	74	85	225.2K	3%	37%	5.6
Brian Clark @brianclark	53	74	165.7K	40%	28%	3.2
Ann Handley @annhandley	84	85	406.8K	8%	27%	3.0

UN GRAND MERCI

Vincent Dutot, PhD

Full Professor IPAG Business School

Chercheur en social media, social, e-réputation,
stratégie TI et impact sur la performance

Consultant en transformation numérique

www.vincentdutot.com

fr.linkedin.com/in/vincentdutot/

Mobile: +33(0)6 1887 1922

