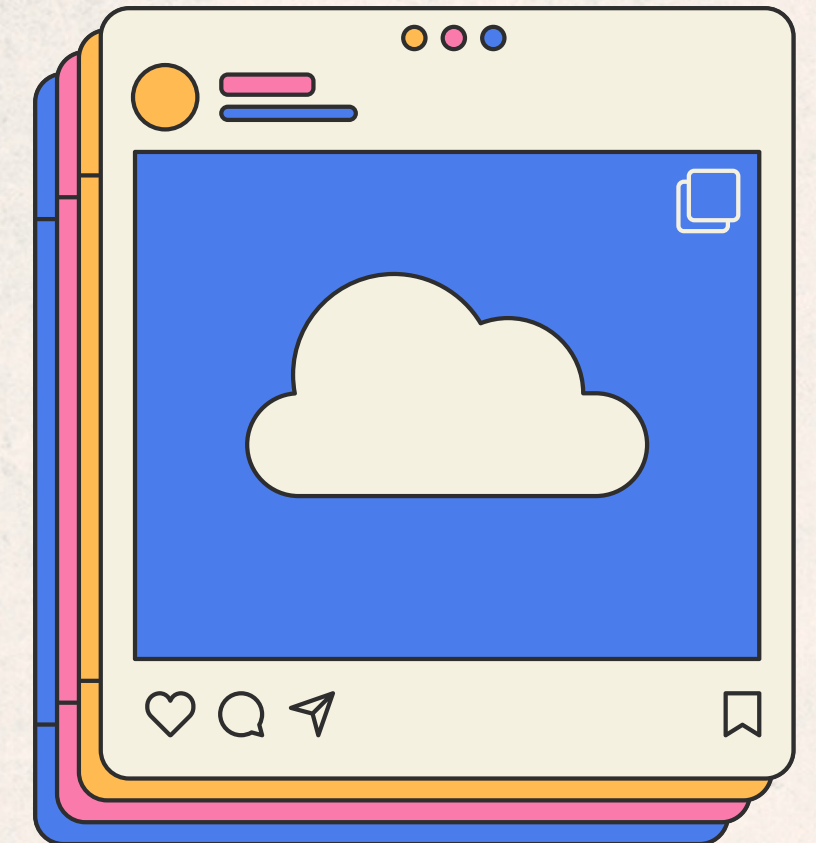
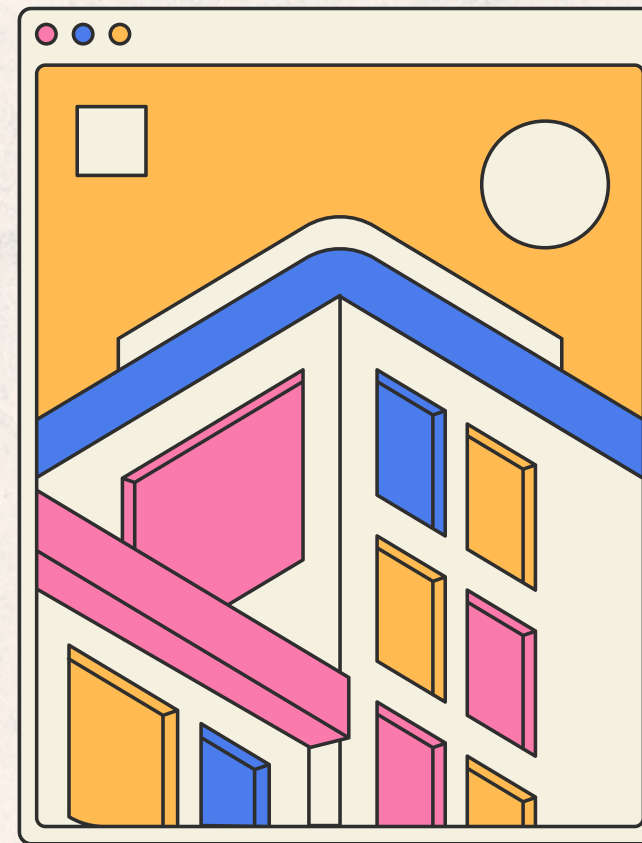
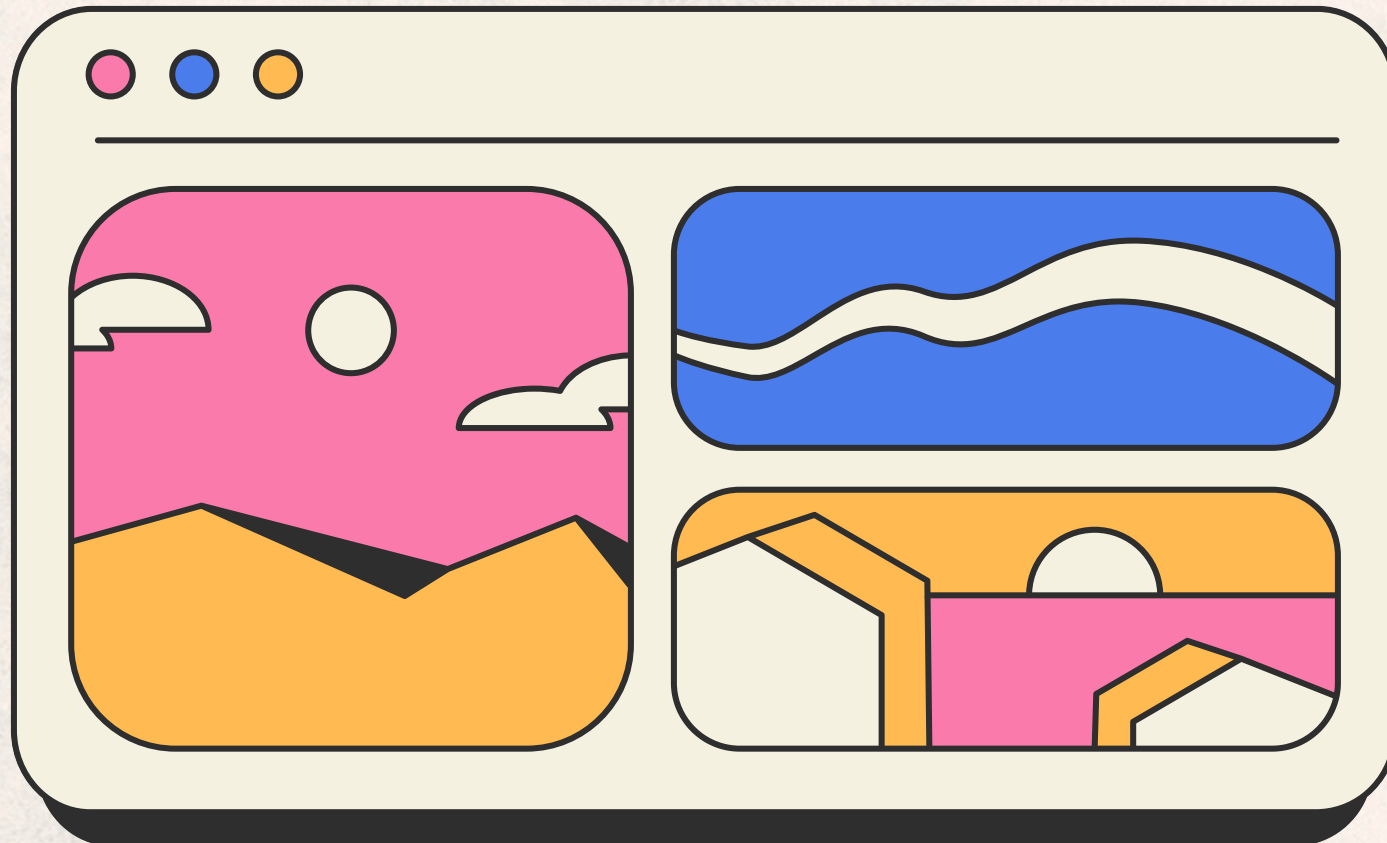
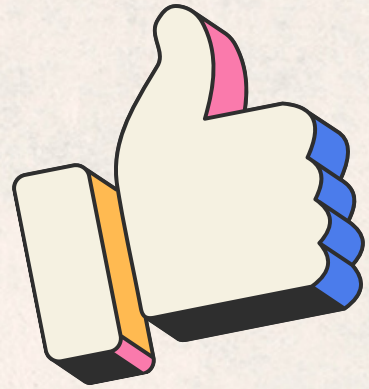


# e-réputation, mèmes & stratégies marketing



**Mouna Abbaci, étudiante-stagiaire en M2 MEEF Documentation  
INSPE Toulouse-Occitanie/Lycée Marcelin Berthelot, Toulouse  
Année 2023-2024**



# Objectifs de la séance

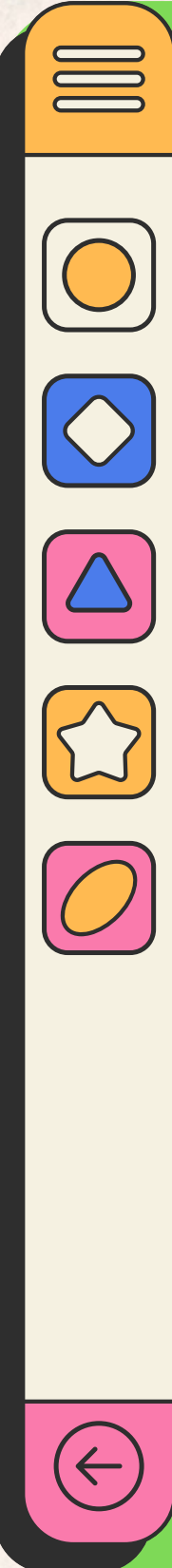
Comprendre les stratégies publicitaires en lien avec :

- l'image de marque
- les relations entreprise-clients
- les réseaux sociaux

Créer un mème à visée publicitaire lié à l'image de marque, un produit ou un service de l'entreprise de son stage



# Sur Youtube...

- 
- Qu'est-ce qui attire votre regard ?
  - Quelles couleurs sont utilisées ?
  - Pourquoi attirer l'attention ?
  - Avec le numérique, qu'est-ce qui change pour la publicité et l'image de l'entreprise ?



# Qu'est-ce que l'e-réputation ?



# Qu'est-ce que l'e-réputation ?



L'e-réputation se traduit comme l'**image renvoyée et / ou subie** par une marque, une entreprise ou une personne **sur le Web**.

## OÙ SE JOUE L'E-RÉPUTATION ?



Le référencement  
local



Les moteurs de  
recherches



Les réseaux  
sociaux



Les plateformes  
d'avis en ligne

## EN CHIFFRES ...

**90%**

des consommateurs  
s'informent sur Internet  
avant d'acheter

**80%**

des informations sur  
Internet proviennent  
des avis clients

**96%**

des consommateurs  
sont sensibles à la  
réputation

## LES RISQUES D'UNE MAUVAISE E-RÉPUTATION



Baisse de trafic  
sur le site



Moins de clients



Baisse du chiffre  
d'affaires



Faillite



# L'e-réputation et la relation client

- Qu'est-ce qui **influence** le **comportement** des consommateurs et consommatrices ?
- Comment la **facilité d'accès à l'information** des consommateurs et consommatrices **influence les décisions des entreprises** ?



# Comment améliorer son e-réputation ?

Source : E-réputation d'entreprise: définition et fonctionnement, [guest-suite.com](https://www.guest-suite.com) 27 février 2020  
Disponible sur : <https://www.guest-suite.com/blog/enjeux-e-reputation> (Manuel CEJM 2ème année ed. 2023, p. 20)

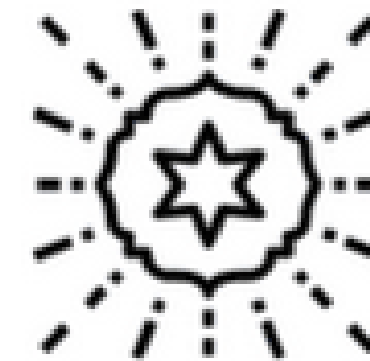


# Comment améliorer son e-réputation ?

Intéragir avec ses clients



Harmoniser son contenu



Produire des contenus



Agir de l'intérieur





# Le cas de Duolingo

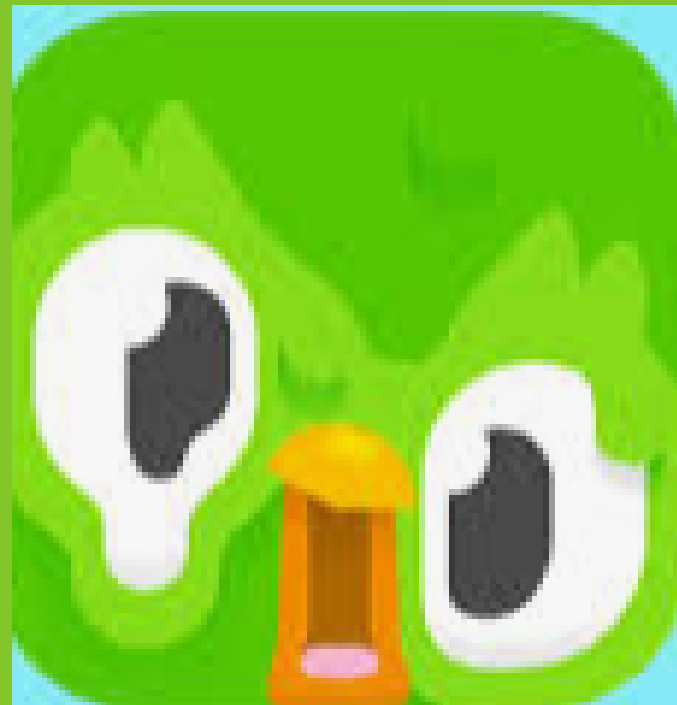


- Lancée en 2011
- **Application** d'apprentissage des langues
- Plus de 70 millions d'utilisateurs en août 2023, dont **54 % entre 18 et 34 ans** (Courrier international)
- Modèle **freemium/semi-gratuit** avec publicité
- Une des applications les plus **connues** sur TikTok (8.8M d'abonnés)



# Le rôle du logo ?

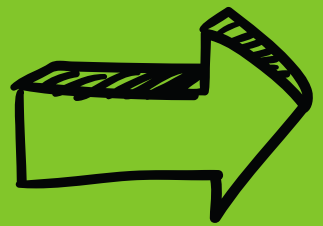
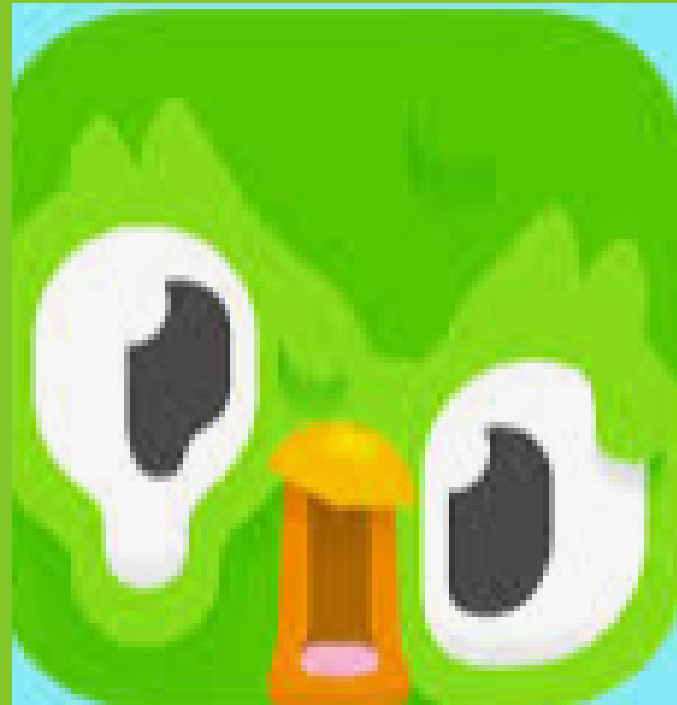
Les changements réguliers de **logo** de Duolingo





# Le logo pour capter l'attention

A travers les changements de **logo**



**Attire l'oeil et suscite la curiosité**

Ex: Utiliser des couleurs vives (rouge, vert, bleu...)




# Le rôle des notifications ?



DUOLINGO

now

**Hi! It's Duo.**

 It's time for your daily Japanese lesson.  
Take 5 minutes now to complete it.



DUOLINGO

now

**Ready for a break?**

Your Japanese lessons won't take  
themselves 🤖



DUOLINGO

now

**Hi! It's Duo.**

Make your screen time count. Take a quick  
Japanese lesson now! 💚

<https://eosmarketing.it/en/duolingo-gamification-key-to-success/>

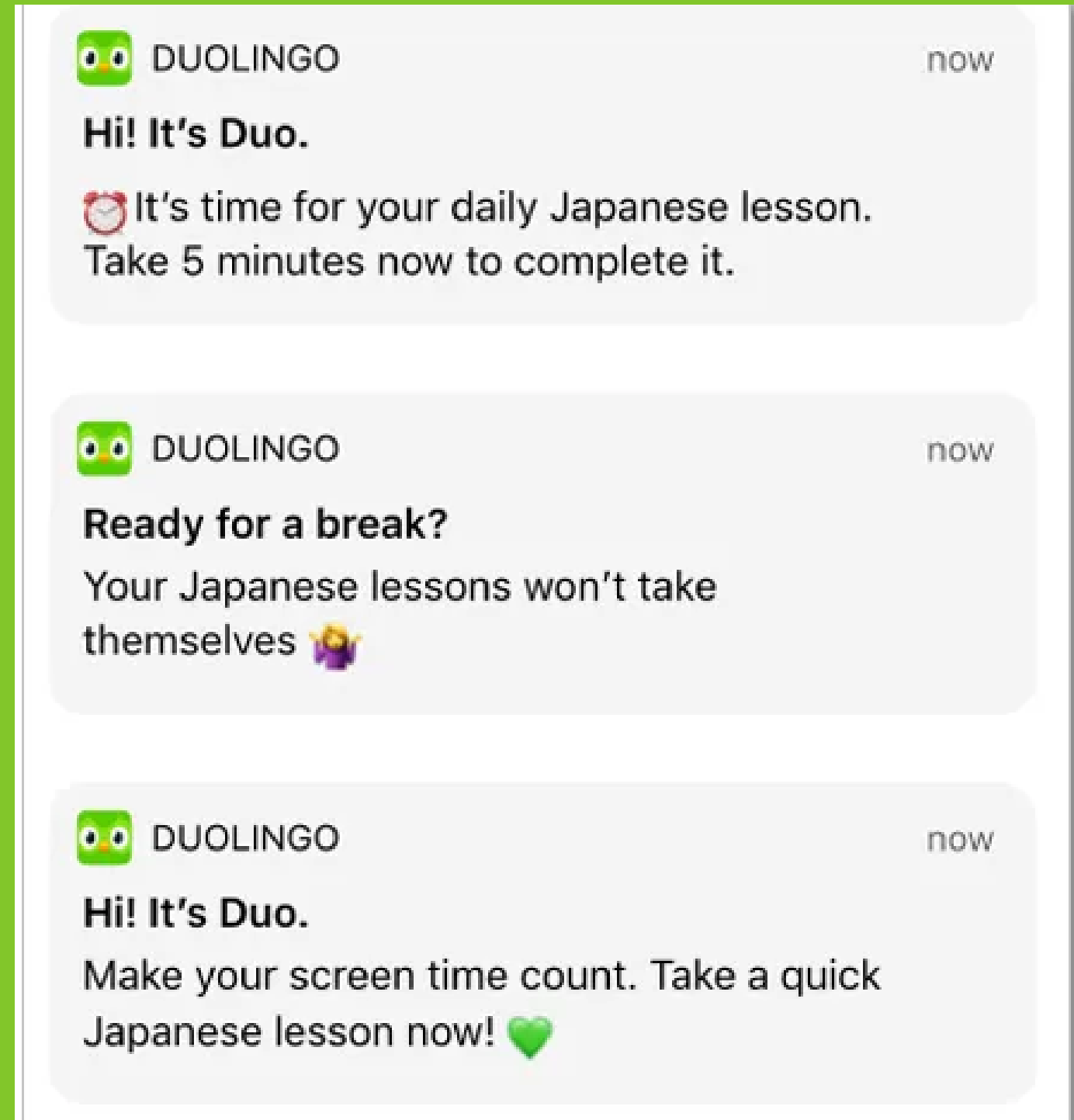


# Les notifications pour fidéliser et alerter

- Collecte et **analyse** des **données** sur les utilisateurs et leur activité
- Envoi de **notifications** aux moments les plus propices à la connexion

➡ **Concentrer l'attention sur un produit plutôt qu'un autre**

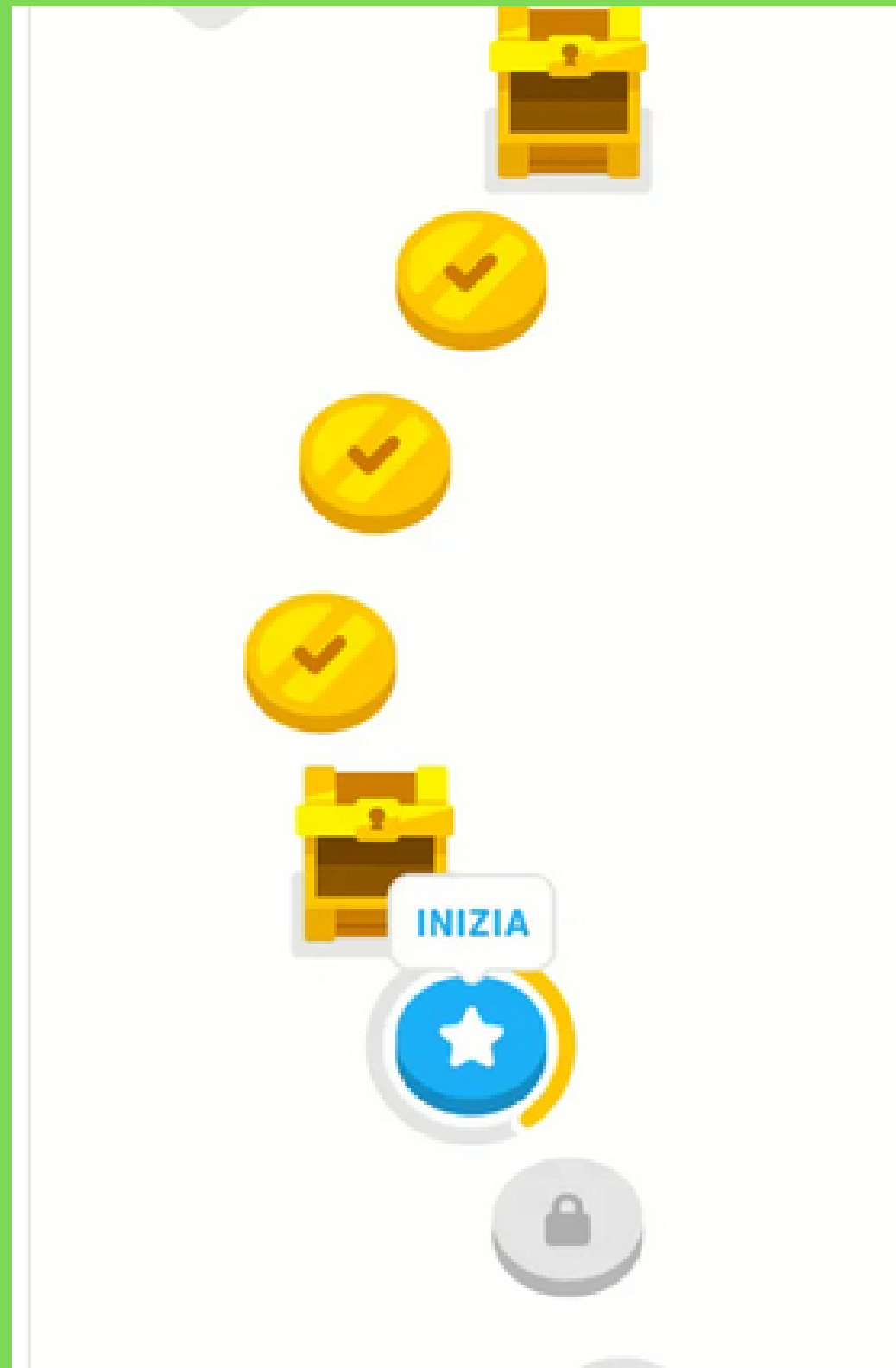
Ex : Les notifications d'accueil en rouge...



<https://eosmarketing.it/en/duolingo-gamification-key-to-success/>



# Le rôle des récompenses





# Les récompenses pour rendre ludique

- “**Gamification**” de l'apprentissage avec système de **récompense** pour motiver les utilisateurs
- Compétitivité et compliments



Rendre **ludiques** les interactions avec l'application pour susciter l'**engagement**

Ex: Les “flammes” sur Snapchat...

