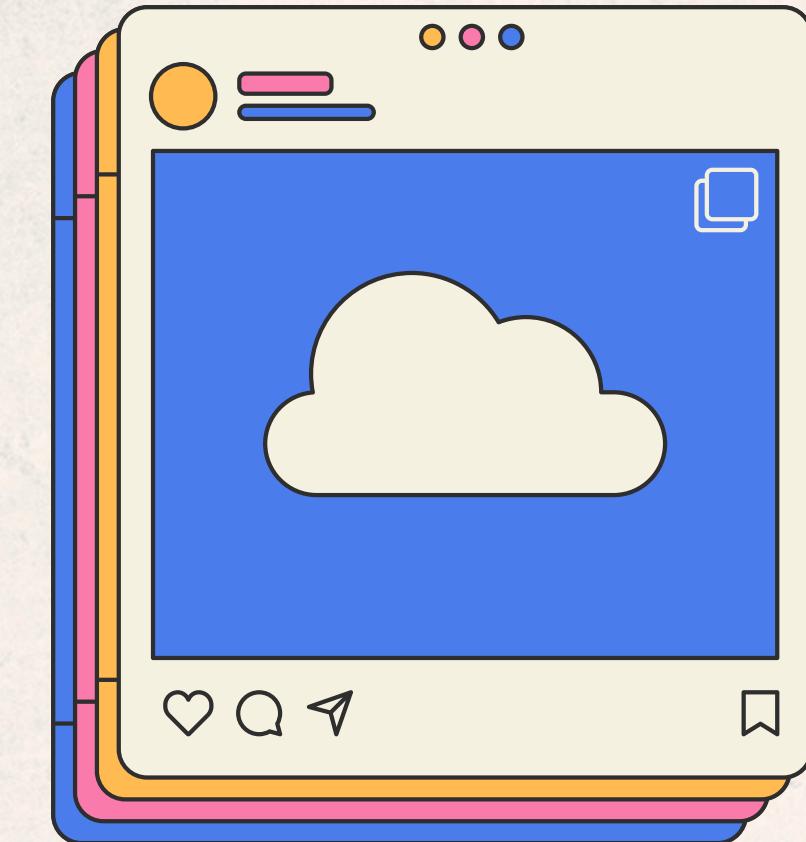
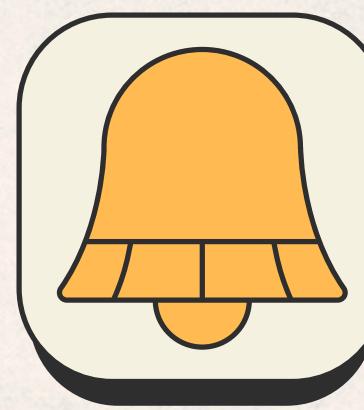
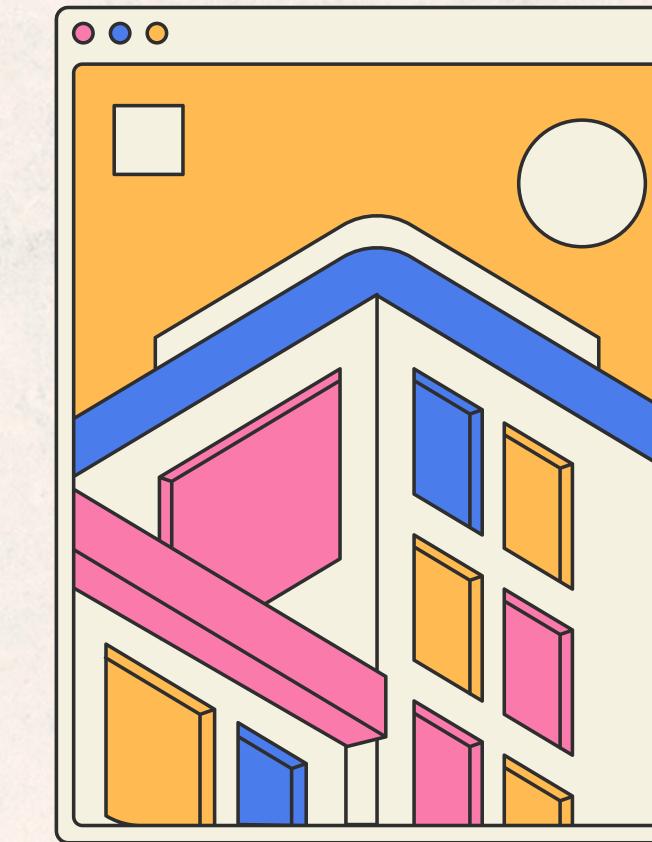
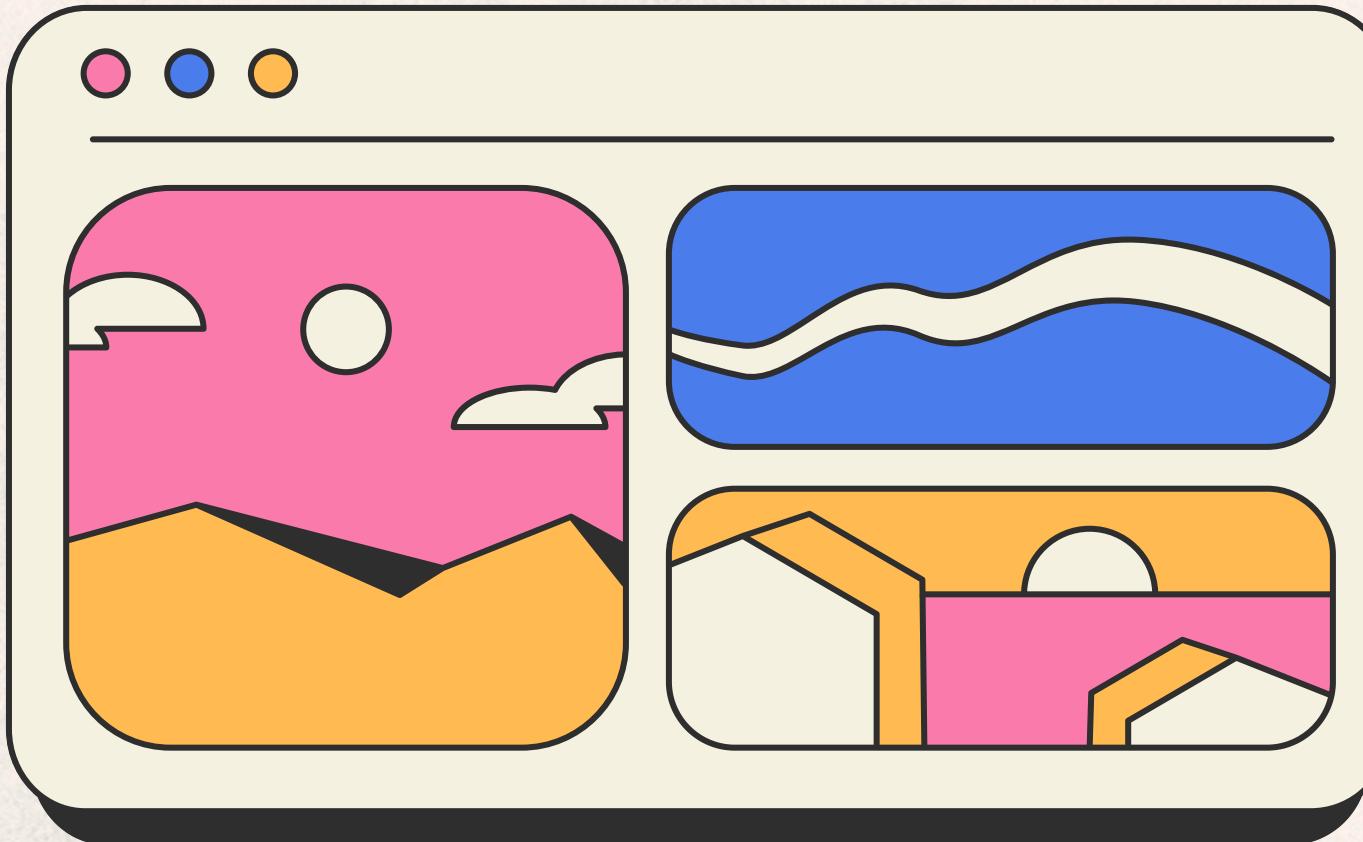


e-réputation, mèmes & stratégies marketing



**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

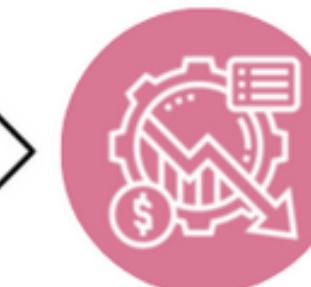
LES RISQUES D'UNE MAUVAISE E-RÉPUTATION



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 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 ?

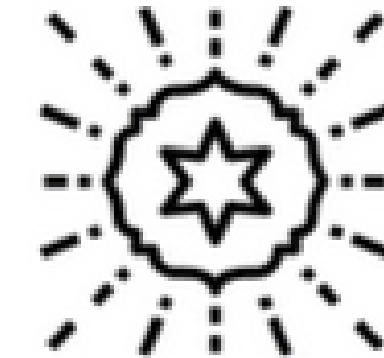
Intéragir avec ses clients



Produire des contenus



Harmoniser son contenu



Agir de l'intérieur



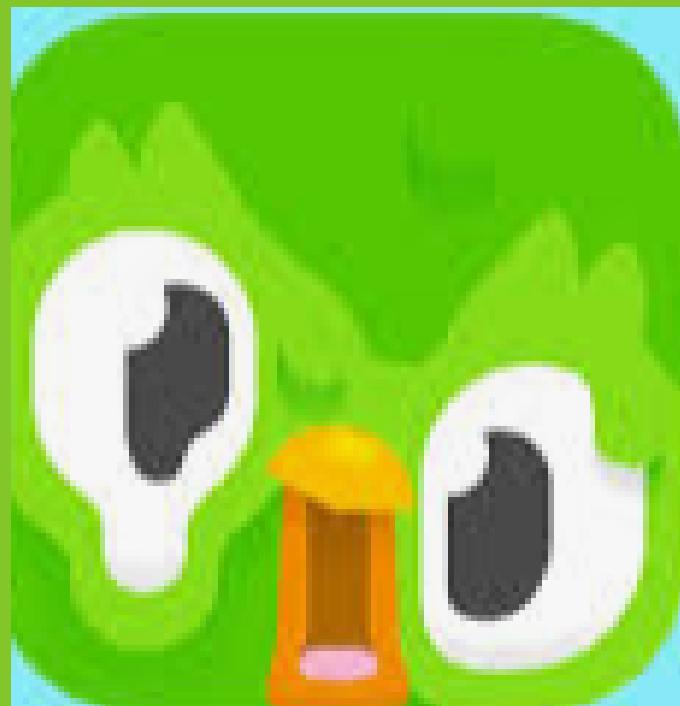
Le cas de Duolingo

- Lancée en 2011
- **Application d'apprentissage des langues**
- Plus de 70 millions d'utilisateurs en aout 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)



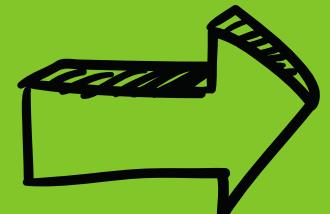
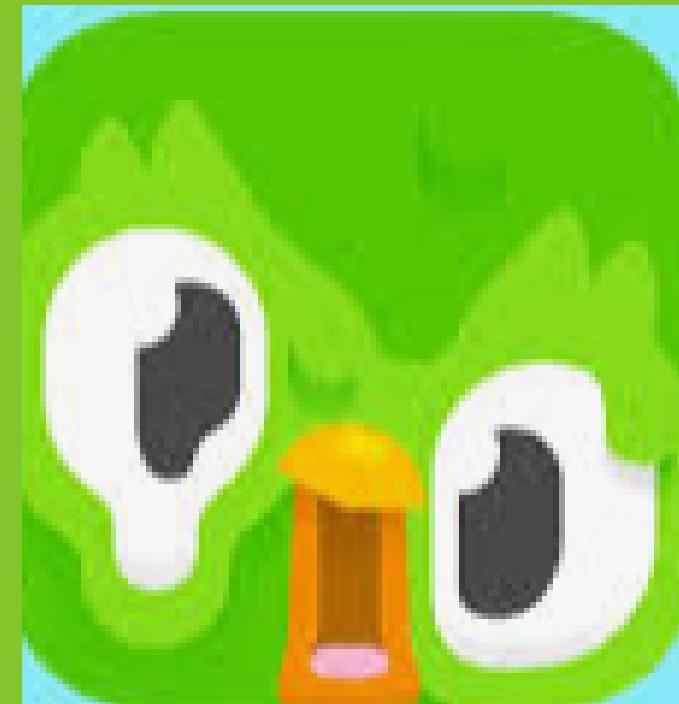
Le rôle du logo ?

Les changements réguliers de **logo** de Duolingo



Le logo pour capter l'attention

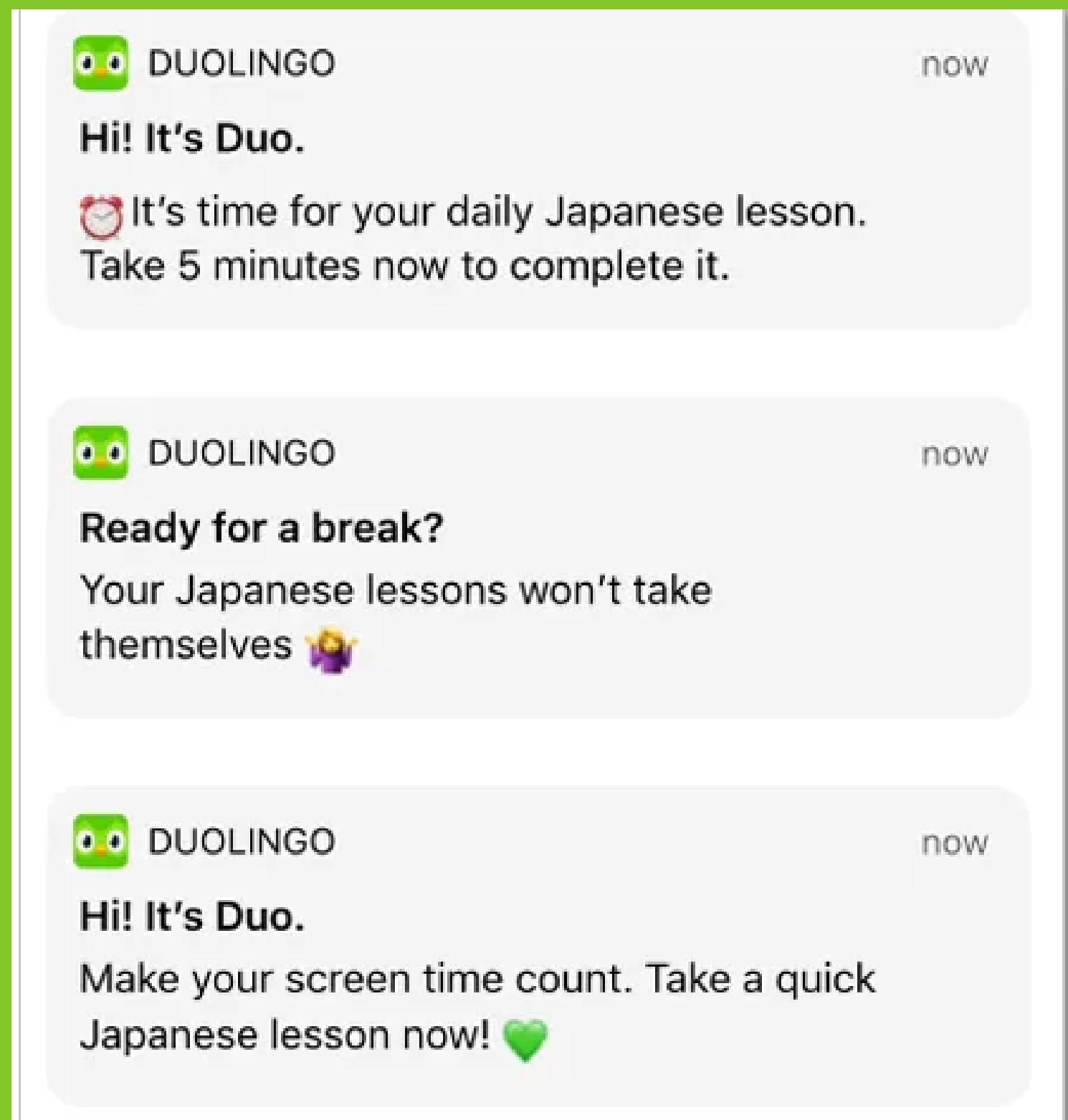
A travers les changements de logo



Attire l'oeil et suscite la curiosité

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

Le rôle des notifications ?



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

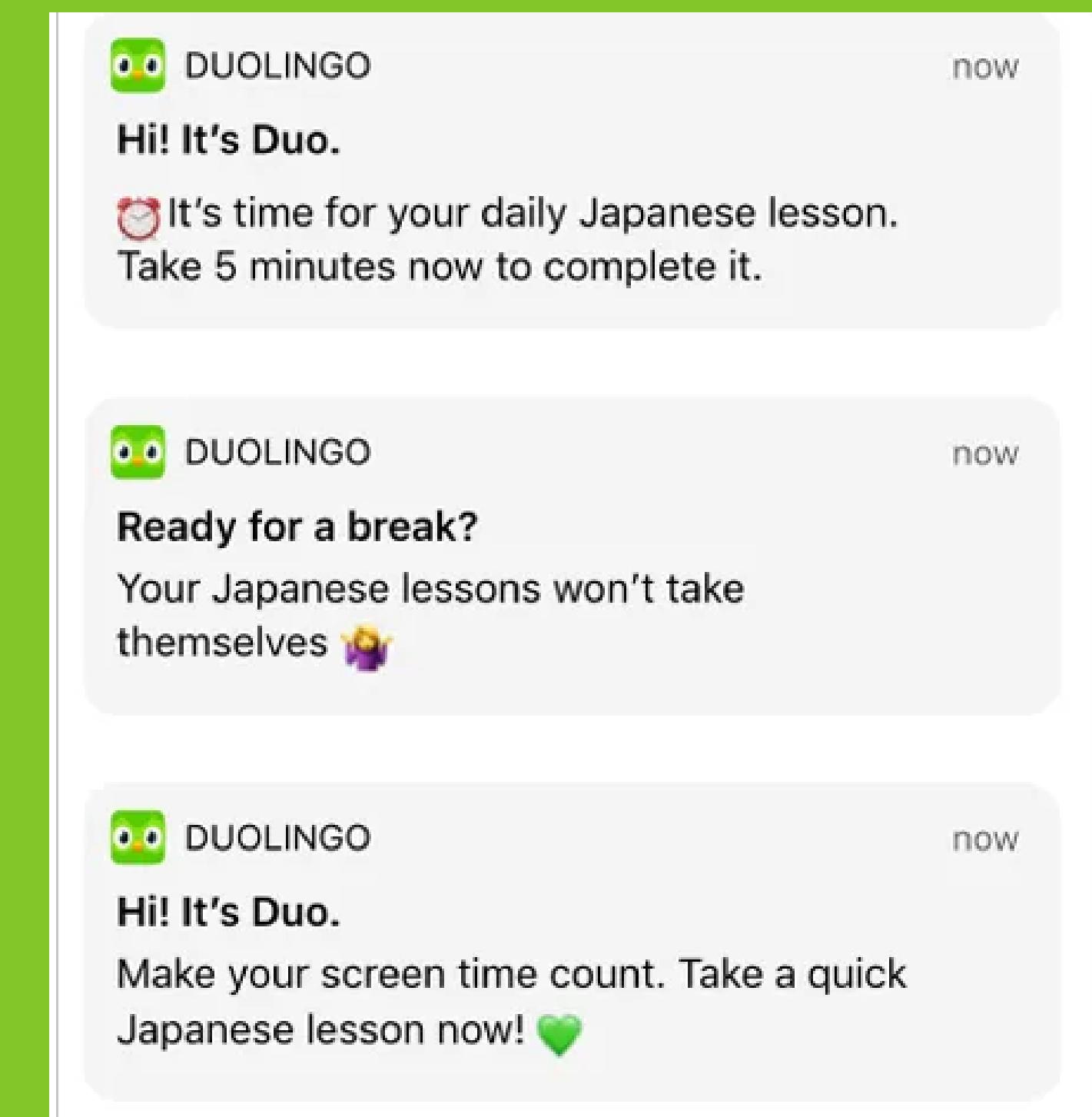
Les notifications pour fidéliser et alerter

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



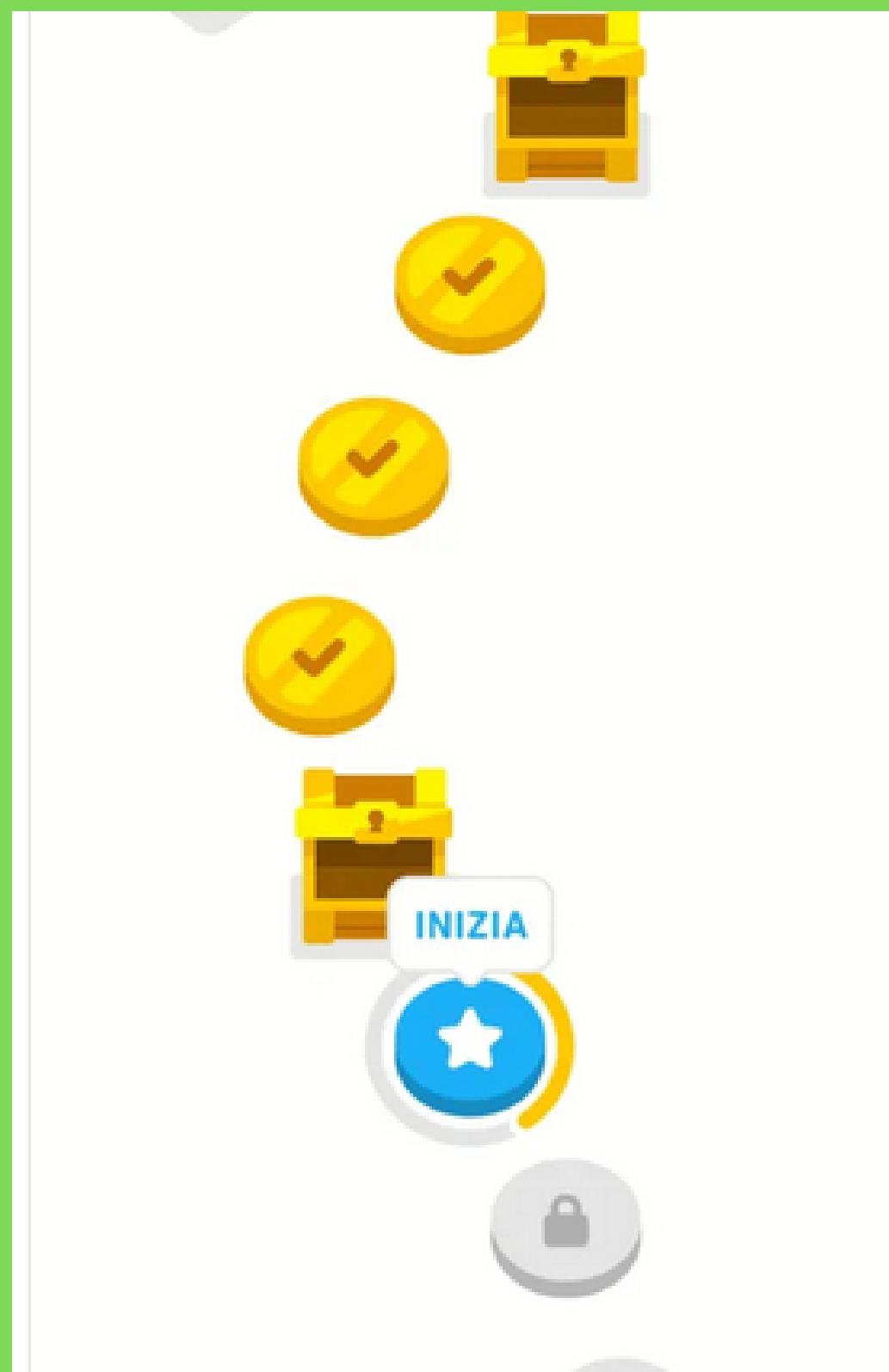
Concentrer l'attention sur un produit plutôt qu'un autre

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...

