

master class by Veille Magazine

pratiques • applications • tendances

# Reputation day, 20 juin 2011



Une journée pour

- benchmarker les meilleures pratiques
- faire le point sur l'essentiel des solutions et tendances
- échanger avec d'autres praticiens
- rencontrer les professionnels et principaux acteurs du domaine

Press Club, Pullman, Porte de Sèvres \*\*\*\*, Paris

[www.reputation-day.com](http://www.reputation-day.com)

Master Class

# Reputation Day 2011

Reputation, Médias sociaux, Opinion, Influence

## Maîtrisez vos stratégies digitales

Lundi 20 juin 2011, Press Club, Pullman, Porte de Sèvres, Paris

### Pourquoi participer ?



Madame, Monsieur,

Les innovations qui s'affirment chaque jour dans les domaines de la gestion du risque d'image et du Reputation Management sont à la mesure des enjeux qui impactent les entreprises, les marques et les personnes, notamment avec la montée en puissance du web social.

**Ces dynamiques innovantes** sont portées aussi bien par le monde des services et du conseil que des éditeurs de solutions logicielles. Leur convergence tend d'ailleurs à augmenter la pertinence et la fiabilité des uns et des autres.

**En une journée**, Le Reputation-Day a pour objectif de vous permettre de :

- benchmarker les meilleures pratiques
- échanger avec d'autres praticiens
- rencontrer les professionnels et principaux acteurs du domaine
- faire le point sur l'essentiel des solutions et tendances du marché.

**La maîtrise des stratégies** digitales dans la gestion d'image, de réputation, d'opinion et d'influence impliquent la mise en synergie de plusieurs métiers de l'entreprise comme de ses parties prenantes.

**20 ateliers et 2 tables rondes réuniront près d'une trentaine d'experts**

qui dresseront un état des lieux des savoirs, méthodes et outils aujourd'hui opérationnels et dialogueront de façon informelle avec vous sur vos expériences et attentes.

Nous serons heureux de vous accueillir pour cette 1ère édition du Reputation Day. Alors rendez-vous le 20 juin au Press Club, Pullman, Porte de Sèvres. Inscrivez-vous maintenant !

Rédactrice en Chef  
Veille Magazine  
Organisateur Search / ICC-Le MIS



## Veille Magazine et ses partenaires

Organisateur d'événements spécialisés dans la maîtrise des environnements informationnels depuis 2005 ( SEARCH, ICC, MIS) Veille Magazine s'est entouré pour l'organisation du Reputation Day de l'expertise de plusieurs partenaires associatifs, professionnels et technologiques : Valtech, le SYNTEC RP, Press Index, Lingway, Spotter, Publicis Consultants, PeoplePlus...  
Nous contacter pour plus d'infos : jsala@veillemag.com

## Qui participe ?



**Entreprises tous secteurs**

**Associations professionnelles**

**Collectivités locales et Acteurs publics**

**Agences digitales, de communication, de Relations Publiques**

**Cabinets d'Avocats, Sociétés de conseil, Instituts d'études**

Directeurs Communication  
Directeurs Marketing  
Directeurs Internet et e-business  
Responsables de Stratégie Digitale  
Responsable Veille  
Chefs de marché  
Documentaliste Multimedia  
Responsables de Marque  
Community Managers  
Web Managers  
Responsables Communautés 2.0  
Responsables Buzz Marketing  
Directeurs Relations Publiques

Chef de projet multimédia  
Responsables Communauté Interne  
Competitive Intelligence Managers  
Directeurs Juridiques  
Directeurs Propriété Intellectuelle  
Directeurs Nouvelles Technologies  
Responsables Web Social  
Responsables Editorial Web  
Directeurs Relation Clients  
Directeurs Service Consommateurs  
Directeurs Commercial  
Directeurs Stratégie  
Directeurs Systèmes d'Information

## Agrément Formation Continue

Cette formation fait l'objet d'un numéro d'agrément et peut entrer dans le cadre du DIF. M8 Institut N° Formation : 119 105 155 91 TVA : FR 02 423 009 075  
- Durée : 1 journée - Date : Lundi 20 juin 1011  
- Tarif : 390 euros HT

(inclus participation master class, pauses, déjeuner, support pédagogique remis après le master class)

**Reputation Day est organisé par Veille Magazine, le magazine professionnel de l'Intelligence économique et du management des connaissances ([www.veillemag.com](http://www.veillemag.com)).**

**Veille Magazine, est également l'organisateur de SEARCH ([www.search2011.com](http://www.search2011.com)) et d'ICC ([www.icc2010.info](http://www.icc2010.info)) en partenariat avec Reed Expo, Le MIS ([www.le-mis.com](http://www.le-mis.com))**



# Enjeux, Etat de l'art, Best practices

8 h30                      Accueil

## • Session Produits & Marques

9h00-9h30              Maîtriser les stratégies digitales dans la réputation des marques .  
Plusieurs pistes opérationnelles, par Pascal Malotti, Valtech

9h30 - 10h30            Suivre l'e.réputation des marques sur le Web social,  
par François Laurent, Adetem

10h30 - 11h00          Pause

11h00-11h30            Les enjeux de l'e-réputation pour un éditeur de presse digitale  
par Benoit Sillard, Benchmark Group

11h30-12h00            Pourquoi s'intéresser à la sémantique dans la réputation des marques.  
Le cas des Laboratoires Servier, par Jean Laloux, Valtech

12h00-12h30            Synthèse/Débat : outils, techniques, pratiques... : état de l'art sur un  
marché émergent, débat animé par Pascal Malotti

## • Session Corporate Reputation

14h00-14h30            De la réputation à la e-réputation : les leviers de la confiance,  
par Thierry Wellhoff, Agence Wellcom, Syntec RP

14h30- 15h00            Reputation Corporate et Médias sociaux : une stratégie de veille  
et d'analyse, par Richard Weetman, et Céline Molina, Spotter

15h00-15h30            Le marché de l'e-reputation aujourd'hui :  
structuration, tendances principales, réalité chez les annonceurs,  
par Dimitri Granger, Publicis Consultants

15h30 - 16h00          Pause

16h00- 16h30            Agences de Communication et outils de veille et d'e-Réputation :  
quelle méthodologie au service du client  
par Olivier Guérin, Groupe Image & Dialogue  
et Bernard Normier, Lingway

16h30-17h00            e-influence : surveiller, écouter, observer  
pour agir sur les sphères d'influence, par Pascal Malotti, Valtech

17h00-17h30            Débat : Comment défendre sa réputation en ligne.  
Thierry Welloff (Syntec RP) et François Laurent (Adetem) reçoivent,  
parmi d'autres invités, Gérard Haas (Avocat)

# Applications, Démonstrations, Outils

8 h30

Accueil

## • Sourcing, Traitement, Analyse

9h00-9h30

Panorama : Solutions, fonctionnalités, usages, par Patrick Brebion (Veille Magazine)

9h30 - 10h00

Pour une vision à 360° - Comment prendre en compte l'ensemble des vecteurs : presse, radio, télévision ... par Manuel Zebeida, Press Index

10h00 - 10h30

Outils linguistiques et analyse d'opinion : l'exemple du discours politique, Bernard Normier, Lingway

10h30 - 11h00

Pause

11h00-11h30

Avant-première. Analyse automatique d'opinion, le projet Ontopitex appliqué au domaine de la restauration rapide, par Frédéric Bilhaut, Noopsis

11h30 - 12h00

Le sourcing, point clef de l'e-réputation et de la veille d'opinion. Plusieurs cas d'application, par Laurent Lefoll, Ami Software

12h00 - 12h30

Réamorcer le cercle vertueux de l'e-reputation. Outils et méthodes. Le cas Phone & Phone, par Edouard Fillias, Adverbe

## • Indicateurs, Tableaux de Bord, Visualisation

14h00 - 15h00

Quels indicateurs de mesure de l'e-réputation ? Par Camille Alloing, caddereputation

15h00-15h30

Facebook et les relations aux marques. Comment les fans de marque utilisent Facebook et quels impacts pour les marques ? par Frédéric ALBERT, OpinionWay

15h30 - 16h00

Pause

16h00- 16h30

Piloter sa réputation digitale en s'appuyant sur la veille et l'analyse quanti-quali : Cas client dans le secteur du transport aérien, par Richard Weetman et Céline Molina, Spotter

16h30- 17h00

Décrypter l'e-réputation d'une marque et cartographier ses sphères d'influence grâce aux dashboards dynamiques en temps réel , par Fabien Grenier, TrendyBuzz

17h00-17h30

Stratégie d'influence et de contre influence en ligne. Les facteurs à contrôler" Le cas Boeing, par Fabrice Frossard, EGE

8h30 Accueil

	Conférences Enjeux Etat de l'art	Ateliers Démo, Solutions, Outils
<b>matin</b>	<b>Session Produits &amp; Marques</b>	<b>Sourcing, Traitement, Analyse</b>
9h00-9h30	Maîtriser les stratégies digitales dans la réputation des marques . Plusieurs pistes opérationnelles, par Pascal Malotti, Valtech	Panorama : Solutions, fonctionnalités, usages, par Patrick Brebion (Veille Magazine)
9h30 - 10h30	Suivre l'e-réputation des marques sur le web social par François Laurent, Adetem	Pour une vision à 360° - Comment prendre en compte l'ensemble des vecteurs : presse, radio, télévision ... Manuel Zebeida, Press Index
10h30 - 11h00	<b>Pause</b>	<b>Pause</b>
11h00-11h30	Les enjeux de l'e-réputation pour un éditeur de presse digitale" par Benoit Sillard, Benchmark Group	Avant-première. Analyse automatique d'opinion, le projet Ontopitex appliqué au domaine de la restauration rapide, par Frédéric Bilhaut, Noopsis
11h30-12h00	Pourquoi s'intéresser à la sémantique de la réputation des marques. Le cas des Laboratoires Servier, par Jean Laloux, Valtech	Le sourcing, point clef de l'évaluation et de la veille d'opinion. Plusieurs cas d'application, par Laurent Lefoll, Ami Software
12h00-12h30	Synthèse/Débat : outils, techniques, pratiques... : état de l'art sur un marché émergent.	Réamorcer le cercle vertueux de l'e-reputation. Outils et méthodes. Le cas Phone & Phone, par Edouard Fillias, Adverbe
12h30 - 14h00	<b>Déjeuner</b>	<b>Déjeuner</b>
<b>après-midi</b>	<b>Session Corporate Reputation</b>	<b>Indicateurs, Tableaux de Bord, Visualisation</b>
14h00-14h30	De la réputation à la e-réputation : les leviers de la confiance, par Thierry Wellhoff, Agence Wellcom, Syntec RP	Quels indicateurs de mesure de l'e-réputation ?
14h30-15h00	Reputation Corporate et Médias sociaux : une stratégie de veille et d'analyse, par Richard Weetman, et Céline Molina, Spotter	Par Camille Alloing, caddereputation.over-blog.com
15h00-15h30	Le marché de l'e-reputation aujourd'hui : structuration, tendances principales, réalité chez les annonceurs, par Dimitri Granger (Publicis Consultants)	Facebook et les relations aux marques. Comment les fans de marque utilisent Facebook et quels impacts pour les marques ? par Frédéric ALBERT, OpinionWay
15h30 - 16h00	<b>Pause</b>	<b>Pause</b>
16h00-16h30	Agences de Communication et outils de veille et d'e-Réputation : quelle méthodologie au service du client par Olivier Guérin, Groupe Image & Dialogue et Bernard Normier, Lingway	Piloter sa réputation digitale en s'appuyant sur la veille et l'analyse quanti-quali : Cas client dans le secteur du transport aérien, par Richard Weetman et Céline Molina, Spotter
16h30-17h00	e-influence : surveiller, écouter, observer pour agir sur les sphères d'influence, par Pascal Malotti, Valtech	Décrypter l'e-réputation d'une marque et cartographier ses sphères d'influence grâce aux dashboards dynamiques en temps réel , par Fabien Grenier, TrendyBuzz
17h00-17h30	Débat : Comment défendre sa réputation en ligne. Thierry Wellhoff (Syntec RP) et François Laurent (Adetem) reçoivent, parmi d'autres invités, Gérard Haas (Avocat)	Stratégie d'influence et de contre influence en ligne. Les facteurs à contrôler" Le cas Boeing, par Fabrice Frossard, EGE

# Intervenants Reputation Day

**Benoît Sillard** dirige aujourd'hui CCM Benchmark Group, qui édite de nombreux sites Internet en France et à l'étranger ( journaldunet.com, commentcamarche.net, linternaute.com, journaldesfemmes.com, copains-d'avant, ...). Avec 50 millions d'utilisateurs dans le monde, son groupe fait partie du top 100 de l'Internet mondial et en est le deuxième acteur français.

**Thierry Welhoff**, dirige depuis plus de 25 ans l'agence de communication Wellcom, qu'il a créée. Il a réuni dès 2002 un groupe expert pour conduire une réflexion sur la nature des valeurs en Corporate, étude menée auprès de plus de 3200 entreprises. Il anime aussi de nombreuses conférences sur le sujet des valeurs. Il est président du Syntec RP.

**Pascal Malotti** est responsable des stratégies digitales de marque et de l'utilisation des leviers marketing chez Valtech Agency. Il enseigne aussi la communication et la publicité sur Internet au sein du Master spécialité MTIC de Cergy-Pontoise.

**François Laurent**, Consultant indépendant et chercheur en marketing, François Laurent co-dirige l'Association nationale du marketing (ADETEM)

**Bernard Normier**, Lingway, Président. Reconnu comme l'un des meilleurs spécialistes européens du Traitement Automatique de la Langue, Bernard Normier est l'auteur de plusieurs études et monographies sur l'ingénierie linguistique.

**Jean Laloux**, est spécialisé dans l'analyse du langage de l'entreprise et l'élaboration de stratégies discursives. Il aborde notamment des problématiques d'identité, de déploiement des valeurs, de formalisation de discours client.

**Fabrice Frossard**, Consultant indépendant en stratégies éditoriales, journaliste depuis plus de 25 ans. En tant que directeur éditorial web d'Infopro Digital (L'Usine Nouvelle...), il a développé plusieurs sites comme Industrie & Technologies, Industrie.com, Usinenouvelle.com....

**Camille Alloing**, actuellement consultant en gestion de la réputation en ligne pour les organisations (veille d'opinion, social media marketing), est l'auteur d'un blog dédié à la question : <http://caddereputation.over-blog.com>.

**Maître Gérard Haas**, Haas-avocats.com, docteur en droit, est avocat au Barreau de Paris, spécialisé en propriété intellectuelle et enseignant à ENSTA.

**Richard Weetman**, Spotter, Directeur Relation Client

**Céline Molina**, Spotter, Directrice Communication et Partenariats Internationaux

**Dimitri Granger**, Publicis Consultants, Consultant stratégie online, spécialiste de la gestion de la réputation online et de la communication corporate, de suivi et d'analyse de l'opinion et d'anticipation des crises.

**Manuel Zebeida** est P-DG fondateur de PressIndex, groupe de veille des médias (pour les directions de communication et les agences de relations presse et relations publiques)

**Frédéric Bilhaut**, Noopsis, PDG, Docteur en informatique spécialisé en sémantique computationnelle.

**Frédéric Albert** a rejoint l'institut de sondage Opinionway comme directeur adjoint du développement. Entré en 2000 à l'Ifop où il était depuis 2008 chargé des études corporate et cibles professionnelles dans le département Opinion Stratégies d'entreprise.

**Laurent Le Foll**, AMI Software, Directeur Général adjoint

**Edouard Filiass**, Directeur associé de l'agence Image & Stratégie, conseille entreprises et politiques pour leurs stratégies de veille et d'E-Réputation. Intervenant à HEC, il a été chargé de cours à l'IEP de Paris et à l'Ecole des hautes études internationales (HEM).

**Fabien Grenier**, TrendyBuzz SAS, CEO et co-fondateur. TrendyBuzz est un institut indépendant spécialisé dans la gestion d'influence, le buzz monitoring et la valorisation de l'eReputation.

**Patrick Brebion**, Veille Magazine, Journaliste spécialisé dans le domaine numérique depuis plus de 10 ans. A collaboré avec Archimag, 01 Informatique, VnuNet, Décision Informatique, LMI, etc.

# Bulletin d'inscription

## Master Class Reputation Day

20 juin 2011, Press Club, Pullman, Porte de Sèvres Paris

nombre de places limité - [www.reputation-day.com](http://www.reputation-day.com)

Inscription en ligne [www.reputation-day.com](http://www.reputation-day.com) ou à retourner par fax au 01 78 76 51 20 ou par courrier accompagné du règlement à M8 (centre de formation) / ICC Formation, 28 rue Denis Papin, 91240 Saint Michel sur Orge - Siren : 423009075

M8 est un organisme de formation - Enregistré sous le N° 11910515591  
Les programmes de formation de M8 Institut sont éligibles au Droit Individuel à la Formation (DIF)

### Coordonnées du participant

Nom & prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Code postal : \_\_\_\_\_ Ville : \_\_\_\_\_  
E-mail : \_\_\_\_\_ Tél : \_\_\_\_\_

### Dossier d'inscription suivi par

Nom & prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Code postal : \_\_\_\_\_ Ville : \_\_\_\_\_  
E-mail : \_\_\_\_\_ Tél : \_\_\_\_\_

### Informations de la Société

Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Code postal : \_\_\_\_\_ Ville : \_\_\_\_\_  
N°TVA Intracommunautaire : \_\_\_\_\_  
Adresse de facturation (si différente de l'adresse ci-dessus) : \_\_\_\_\_

Tarif : cochez la case qui correspond à votre choix

Je m'inscris au Master Class Reputation Day et je joins mon règlement

/ / au tarif de 390 euros HT + TVA 76,44 soit 466,44 euros TTC je joins mon règlement

/ / je bénéficie d'une remise de 20 % (voir les conditions page 3 )

soit 312 euros HT + TVA 61,15 soit 373,15 euros TTC

Date, Signature et Cachet de l'entreprise

### Conditions Générales de Vente

Les inscriptions sont considérées comme fermes et définitives dès réception de votre paiement. Votre règlement doit nous parvenir impérativement avec votre inscription.

À réception de votre demande d'inscription formalisée par l'envoi du bulletin, ICC Formation vous fera parvenir un accusé de réception accompagné d'une facture et une convention de formation en deux exemplaires dont une sera à nous retourner signée et revêtue du cachet de votre entreprise.

Nous vous ferons parvenir une convocation (précisant les horaires, le lieu et les moyens d'accès).

### Tarifs et règlement

Toute formation à laquelle le participant ne s'est pas présenté ou n'a assisté que partiellement est due en totalité.

Le règlement du prix de la formation est à effectuer à l'inscription, comptant, sans escompte, par chèque à l'ordre de M8 Institut Veille – ICC Formation 28 rue Denis Papin, 91240 Saint Michel sur Orge ou par virement bancaire. (nous contacter pour envoi des références bancaires à [jsala@veillemag.com](mailto:jsala@veillemag.com))

La M8 Institut partenaire ICC Formation est reconnu comme organisme de formation. Le règlement peut donc être fait par un OPCA. Nous vous invitons à prendre contact avec votre service des ressources humaines afin d'avoir l'accord de prise en charge de votre OPCA et ensuite remplir le bulletin d'inscription en nous indiquant votre OPCA comme adresse de facturation.