



## **Le marché de l'e-réputation**

**Perspectives et enjeux**

**Panorama des offres et paysage concurrentiel**

Le groupe Xerfi vient de publier une étude exclusive sur le marché français de l'e-réputation. Comme chaque titre de la collection Xerfi Research, elle décrypte les évolutions de l'activité et du jeu concurrentiel à travers une analyse détaillée des déterminants du marché, des facteurs de mutation de l'offre et de la demande ainsi que des axes de développement des opérateurs. Une attention toute particulière a été accordée aux prévisions d'activité à court et moyen termes.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.

**Jugurtha Begriche**  
Chef de projet  
**Xerfi France**

Edition : Octobre 2014 - 70 pages

## Le marché de l'e-réputation Perspectives et enjeux Panorama des offres et paysage concurrentiel

### Un marché émergent en pleine structuration

Que pèse le message d'une marque porté par la publicité face au vacarme des réseaux sociaux ? Que valent les mérites supposés d'un produit ou d'un service face au crible des avis d'internautes sur les plates-formes Internet ? De plus en plus d'entreprises en France se posent ces questions et sont ainsi amenées à s'intéresser de près à leur e-réputation et à celle de leurs marques. Face à cette nouvelle problématique, les offres de veille, d'analyse et de gestion des contenus présents sur Internet se sont multipliées. Désormais, de nombreuses solutions logicielles et prestations de services sont en effet proposées sur le marché français par différentes catégories d'acteurs (éditeurs de logiciels, agences de communication, agences de marketing digital, etc.). **Dans ce contexte, quels sont les principaux enjeux du marché de l'e-réputation en France en 2014 ? Quels sont les positionnements gagnants pour les fournisseurs d'outils et de services technologiques ainsi que les agences de communication et de relations médias ?**

### Les points clés de l'étude

- **Le marché français de l'e-réputation**  
Taille du marché en France et dans le monde, nombre d'offres d'outils et de services disponibles, grandes dates.
- **Les évolutions de l'environnement du marché**  
Dynamique et caractéristiques de l'utilisation des médias et réseaux sociaux par les consommateurs français (chiffres clés, audience, proportion de la population participant à des réseaux sociaux en France, etc.), usages des réseaux sociaux par les entreprises et les marques, panorama des nouvelles stratégies de communication des entreprises sur Internet.
- **Les spécificités du marché de l'e-réputation**  
Définitions et enjeux, principaux vecteurs de l'e-réputation, catégories d'atteintes à l'e-réputation, typologie des outils et services sur le marché français
- **Le panorama exclusif des forces en présence**  
Profils des intervenants présents sur le marché, positionnement et chiffres clés des principaux acteurs (chiffre d'affaires, type de prestations).

Téléchargez  
immédiatement  
cette étude sur  
[www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)

avec le code étude  
**4COM18**



## « Décrypter le marché et la concurrence »

La collection **Xerfi Research** vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

## Table des matières et contenu de l'étude

### 0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATEGIQUES

*Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.*

#### 1. ELEMENTS DE CADRAGE

##### 1. Champ de l'étude

##### 2. Comprendre le marché

- La définition et les enjeux de l'e-réputation (principaux facteurs de risques et impacts potentiels, études de cas de crises amorcées ou amplifiées sur les réseaux sociaux, etc.)
- Les principaux vecteurs de l'e-réputation
- Les trois grandes catégories d'atteinte à l'e-réputation
- La typologie des outils et services sur le marché de l'e-réputation

#### 2. MARCHE ET TENDANCES

##### 1. Environnement du marché

- La typologie et les chiffres clés des médias et des réseaux sociaux en France
- Les usages des réseaux sociaux par les Français en 2013 (typologie des « socionautes », canaux utilisés, principales attentes, etc.)
- Les usages des réseaux sociaux par les marques en 2013 (niveau d'engagement, réseaux et médias privilégiés, taux de viralité, etc.)

- Les nouvelles stratégies de communication des entreprises sur Internet (marketing viral, *good buzz*, engagement clients, faux *bad buzz*)

##### 2. Marché de l'e-réputation

- Vue d'ensemble du marché de l'e-réputation
- Les moteurs et les freins à la croissance du marché en 2014
- Les faits marquants du secteur

#### 3. PRESENTATION DU JEU CONCURRENTIEL

##### 1. Les forces en présence

- Le panorama des groupes et entreprises leaders
- Le positionnement des principales agences de communication en France

##### 2. Fiches d'identité des principaux acteurs

Salesforce.com

Synthesio

AT Internet

Augure

L'Argus de la Presse

Digimind

Publicis

Wellcom

Public Système Hopscotch



## PRINCIPALES DONNEES STATISTIQUES ET MATRICES PRESENTES DANS L'ETUDE

---

- T1 *La typologie du secteur étudié*
- T2 *La place de la réputation dans les risques identifiés par les chefs d'entreprise au niveau mondial*
- T3 *Les principaux facteurs pouvant influencer sur la réputation des entreprises*
- T4 *Les principaux impacts potentiels d'un risque de réputation sur les activités des entreprises*
- T5 *Les principaux vecteurs de l'e-réputation d'une entité*
- T6 *Les différentes catégories d'atteintes à l'e-réputation d'une entreprise*
- T7 *La nature et le nombre d'outils utilisés par les entreprises qui gèrent leur e-réputation*
- T8 *Les moteurs et les freins à la croissance du marché français de l'e-réputation*
- T9 *Les chiffres clés des réseaux sociaux*
- T10 *Le top 10 des médias sociaux en termes d'audience*
- T11 *Le top 10 des médias sociaux en termes de notoriété*
- T12 *La proportion de personnes participant à des réseaux sociaux en France*
- T13 *La proportion de personnes participant à des réseaux sociaux selon l'âge en France*
- T14 *La typologie des « socionautes » en France*
- T15 *L'émergence du marché de l'e-réputation au cours de la période récente*
- T16 *Les levées de fonds des start-up*
- T17 *La diversification et l'acquisition de compétences complémentaires*
- T18 *Les deux grandes catégories d'acteurs en présence sur le marché français de l'e-réputation*
- T19 *Les principaux acteurs intervenant en France sur le marché de l'e-réputation*
- T20 *Le positionnement des agences de communication et de relations médias présentes en France*

## LES PRINCIPAUX OPERATEURS CITES DANS L'ETUDE

---

AT INTERNET  
ATCHIK  
AUGURE  
BAZAAR VOICE  
BURSON MARSTELLER I&E  
CLAI  
COMPTOIRS DU MULTIMEDIA  
DIGIMIND  
EDELMAN  
EPTICA  
EQUANCY & CO  
GROUPE 361  
HAVAS  
HILL & KNOWLTON  
HUMAN TO HUMAN  
KANTAR  
L'ARGUS DE LA PRESSE  
LA NETSCOUADE  
LINKFLUENCE  
M&C SAATCHI.GAD  
MEDIAVEILLE  
NETBOOSTER  
NEXTEDIA  
OGILVY PUBLIC RELATIONS  
PUBLIC SYSTÈME HOPSCOTCH  
PUBLICIS  
RELATIONS PUBLIQUES RCPA  
SALESFORCE.COM  
SYNTHESIO  
TBWA CORPORATE  
VISIPLUS  
• WELLCOM

Le groupe Xerfi a puisé dans son expertise et sa passion pour la connaissance économique et sectorielle, un savoir-faire unique pour comprendre le monde économique. Par ses compétences professionnelles, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, **Xerfi** apporte aux acteurs de l'économie des analyses et synthèses opérationnelles sur les évolutions sectorielles, les stratégies des entreprises, leur environnement international.

- **Les distributeurs face aux médias sociaux**  
(4DIS55 – octobre 2014)
- **Compareurs, guides et sites de réservation en ligne dans l'hôtellerie, le tourisme et la restauration**  
(3COM15 – mai 2013)

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT, COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ➊ Rentrez le **code 4COM18** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ➋ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- ➌ Recevez votre étude dès la finalisation du paiement en format pdf dans votre boîte mail

**BON DE COMMANDE**

Réf : **4COM18 / MSPE / INT**

A renvoyer à  
Xerfi - 13-15, rue de Calais - 75009 Paris  
Mail : [commande@xerfi.fr](mailto:commande@xerfi.fr) - Fax: **01 42 81 42 14**

## Le marché de l'e-réputation

Perspectives et enjeux

Panorama des offres et paysage concurrentiel

**Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :**

<input type="checkbox"/> en version papier-classeur (envoi par la poste) :	<b>1 000 EUR HT</b>	<b>1 055,00 TTC</b>
<input type="checkbox"/> en version électronique (fichier pdf) :	<b>1 200 EUR HT</b>	<b>1 440,00 TTC</b>
<input type="checkbox"/> les deux versions (électronique + classeur) :	<b>1 400 EUR HT</b>	<b>1 680,00 TTC</b>

*(TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques)*

**A renseigner (en majuscules) :**

Société : \_\_\_\_\_ Fonction : \_\_\_\_\_

Nom & prénom : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Code postal : \_\_\_\_\_ Ville : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_\_ Télécopie : \_\_\_\_\_

E-Mail : \_\_\_\_\_

Siret : \_\_\_\_\_

TVA intracommunautaire pour les achats hors de France : \_\_\_\_\_

*Tarifs valables jusqu'au 31/10/2015. Facture avec la livraison.*

*Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture.*

**En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.**

**Mode de règlement choisi :**

- chèque ci-joint
- dès réception de l'étude et de la facture

**Date, Signature et Cachet :**