

Un service de veille a t-il intérêt à effectuer la veille e-réputation de son entreprise?

 www.outilsfroids.net/2011/03/un-service-de-veille-a-t-il-interet-a-effectuer-la-veille-e-reputation-de-son-entreprise/

de Christophe Deschamps

La gestion de la réputation numérique que j'évoquais [dès février 2006](#) a été reçue par de nombreux acteurs pour ce qu'elle est : une nécessité.

Concrètement elle passe par la mise en place d'un dispositif socio-technique intégrant [des outils de veille spécifiques](#) aux périmètres et aux modalités de surveillance variés : du tout artisanal et gratuit au tout intégré payant. Reste cependant un point commun à ces choix possibles : le temps de traitement qu'ils nécessitent et la disponibilité qu'ils requièrent de la part des veilleurs qui en ont la charge. En effet, l'objectif d'une veille sur la réputation numérique est de repérer les contextes de crise potentiels afin de les désamorcer au plus vite. Or, l'internaute qui met en ligne une vidéo prouvant (ou semblant prouver) la nullité des produits d'une entreprise ne le fait pas forcément durant les heures où travaillent les honnêtes gens. En conséquence de quoi les veilleurs e-réputation subissent une pression bien supérieure aux veilleurs dits classiques qui, certes, doivent éviter de passer à côté du dernier mouvement stratégique de leurs concurrents, mais pour qui les alertes d'urgence restent une exception.

Il se trouve que l'e-réputation à la cote et que nombre d'étudiants sortant d'un cursus de veille y trouvent un emploi (ou y prolongent leur stage...). Tant mieux ([quoique](#)).

La question qui me taraude est de savoir si les spécificités et méthodes propres à la veille e-réputation ne vont pas déteindre sur celles de la veille traditionnelle. La notion de temps-réel inhérente à la première entraîne en effet un caractère d'urgence dans le traitement qui ne doit pas être celui de la seconde. Mais un décideur peut-il voir cette nuance et comprendre que son service veille n'a pas vocation à faire de la veille e-réputation, ou seulement à la marge, ou encore en embauchant quelqu'un qui ne fera que cela ?

A l'instar de la veille brevets ou juridique, la veille e-réputation est de plus en plus un métier spécialisé proche des fonctions de communication et marketing. Il s'agit toutefois d'un type de veille parmi d'autres, à coordonner comme les autres et si le service veille n'a pas vocation à faire la veille e-réputation (sauf je le répète s'il se renforce expressément pour cela) il a en revanche à être en relation directe et permanente avec ceux qui la font et à coordonner les efforts de tous pour que les veilles menées à différents niveaux de l'organisation se fertilisent.

Ces activités de coordination et d'animation sont un des fondamentaux du métier de veilleur, un savoir-faire (à distinguer [des qualités](#)), tout comme le fait de pouvoir mettre en place des surveillances de pages web, de produire des livrables de qualité et d'effectuer un minimum d'analyse sur les informations captées. Un service de veille qui voudrait effectuer une veille e-réputation en interne pourrait rapidement être débordé par les remontées d'informations issues notamment des réseaux sociaux et ne plus avoir la capacité de mettre en oeuvre ces fondamentaux.

La veille e-réputation est essentielle à une organisation mais les services de veille traditionnels qui veulent s'y lancer doivent sérieusement envisager les contraintes auxquelles ils vont s'astreindre avant de le faire.