

La participation des pratiques des réseaux sociaux au développement de la notoriété et à la construction de l'E-réputation des entreprises E-Commerce pure-players : cas de l'entreprise Ma Première Box (Document en Français)

▼ Accès au(x) document(s)

Accéder au(x) document(s) :

 <https://docassas.u-paris2.fr/nuxeo/site/esupversions/75317523-067c-4a2f-8a24-2fe282795012>

Ce document est protégé en vertu du Code de la Propriété Intellectuelle.

Modalités de diffusion de la thèse :

- **Thèse consultable sur internet, en texte intégral.**

▼ Informations sur les contributeurs

Auteur : [Torres-Baranes Fabienne](#)

Date de soutenance : 05-02-2021

Directeur(s) de thèse : [Sonnac Nathalie](#)

Etablissement de soutenance : [Paris 2](#)

Ecole doctorale : [École doctorale des sciences économiques et gestion, sciences de l'information et de la communication \(Paris\)](#)

▼ Informations générales

Discipline : Sciences de l'information

Classification : Droit

Mots-clés libres : Notoriété, E-Réputation, Réseaux sociaux, Instanographie, E-Commerce, Pure-Player, Marketing en ligne

Mots-clés :

- Commerce électronique
- Réputation numérique
- Réseaux sociaux (Internet)
- Marketing sur Internet


Résumé : Nos travaux ont pour objet l'analyse de la participation des pratiques des réseaux sociaux au développement de la notoriété et de l'E-réputation des entreprises E-commerce pure-players. Ils s'appuient sur une étude de cas, l'entreprise Ma Première Box que nous avons créée en 2014, et son fil Instagram. Notre travail s'inscrit dans le champ des SIC et du marketing. Le contexte est celui de l'utilisation massive des réseaux sociaux par les entreprises E-commerce pure-players en quête de notoriété et d'E-réputation, dans un environnement concurrentiel fort. Nous explicitons les concepts centraux de notre recherche, notamment la notoriété, l'E-réputation et les réseaux sociaux, ainsi que les notions proches. Notre approche épistémologique permet d'affiner notre objet de recherche et de le définir comme un « construit social ». Enfin, afin d'observer cette réalité en construction, nous réalisons trois enquêtes complémentaires : une enquête auprès de communicants, un questionnaire en ligne auprès de socionautes et, pour finir, l'observation du réseau social Instagram de Ma Première Box pour comprendre son rôle dans la création de sa notoriété et le développement de son E-réputation. Nous proposons une méthode et un cadre d'analyse inédits de l'observation du fil Instagram @mapremierebox. Inspirée de la netnographie (Kozinets, 1997), notre méthode originale intitulée « Instanographie », souligne le rôle crucial des socionautes et des influenceurs et leur participation aux pratiques des réseaux sociaux menées par les entreprises. Nous mettons en évidence l'importance pour les professionnels de piloter l'utilisation des réseaux sociaux dans le cadre du développement de l'E-réputation de l'entreprise et leur insertion dans la définition de leurs stratégies marketing.

▼ Informations techniques

Type de contenu : Text

Format : PDF

▼ Informations complémentaires

Entrepôt d'origine :  star
Identifiant : 2021PA020004
Type de ressource : Thèse
