

6 bonnes raisons d'utiliser un outil dédié à la modération 2.0

Livre blanc



netino 

Avril 2015

INTRODUCTION

Souvenons-nous...

Aux débuts des années 2000, les webmasters géraient encore leur site Web via un ensemble de pages HTML. Rapidement, des profils aux compétences variées (la communication, le marketing, ...) ont exprimé le besoin de mettre à jour régulièrement le contenu des pages du site. Puis d'apporter les modifications eux-mêmes, pour plus de flexibilité. **Les CMS étaient nés et avec eux, la fin d'une corvée !** Ces outils de gestion de contenu (Content Management Systems) ont ainsi professionnalisé la présence des marques en ligne.

Quelques années plus tard, les marques ont souhaité surveiller ce qui se disait d'elles sur le Web. Les responsables de la communication ont alors commencé à utiliser des outils rudimentaires pour se tenir informé de ce qui se disait de leurs marques sur la toile. **Et ainsi sont nés les outils de Social Media Intelligence.** Des solutions dédiées à l'écoute et à l'analyse du web. Bien mieux qu'un Google Alerts ! Avec des algorithmes pointus, des analyses plus complètes sinon exhaustives, une démarche plus formelle était devenue possible.

Les marques se sont aujourd'hui constituées de belles communautés. Il n'est plus rare de rencontrer des pages Facebook de marque ayant plusieurs centaines de milliers de fans, voire au-dessus du million. Elles ont également investi de multiples espaces : Facebook mais aussi Twitter, Youtube, Pinterest, Instagram, sans parler des forums... Autant d'espaces dont les contributions sont réparties et dont le nombre ne cesse de croître. Dans ce contexte, se doter d'un **outil spécialisé dans la modération des espaces se révèle maintenant indispensable.**

L'objectif ? Professionnaliser la modération 2.0 et les réponses apportées aux internautes, afin que l'ensemble des espaces de dialogue de la marque reste sain et sous contrôle. Pour vous en convaincre, voici les 6 raisons d'adopter un tel outil.

NB : pour des raisons pratiques que vous comprendrez, l'outil qui servira d'illustration tout au long de ces pages sera Modératus, propriété de Netino.

1/ GAGNER EN EFFICACITE & PRODUCTIVITE

Les médias sociaux prennent de plus en plus d'importance au sein du département digital. Analyse, benchmark, recommandations, planification, ... sans oublier la mise en place, le suivi des performances et le reporting ! Les équipes Social Media sont très occupées. Le digital étant en perpétuelle évolution, la tendance ne va que s'accroître. **Directeur Marketing Digital, Social Media Manager, vous êtes en permanence en recherche d'optimisation de vos tâches quotidiennes.**

1.1 Eviter de traiter 2 fois le même message

Le temps passé à la modération de vos espaces 2.0, mission incontournable et pourtant avec peu de valeur ajoutée, **doit donc être réduit au minimum**. Par exemple en étant capable de ne traiter qu'une seule fois les messages... et ce n'est pourtant pas si simple qu'il n'y paraît !

Notamment parce que Facebook classe par défaut les messages **selon leur popularité** : nombre de likes, de partages, de réponses au commentaire.



L'affichage selon la pertinence fait remonter les commentaires les plus likés en premier. Mais comment savoir si le message a déjà été lu ?

Il est donc impossible de retrouver facilement les commentaires déjà traités.

Ci-dessous l'exemple d'un post Facebook, visionné avec 4 heures de décalage. La discussion a évolué et les commentaires déjà relus se retrouvent noyés dans des messages plus récents. Comment identifier les contributions déjà traitées ? Afin de ne pas en rater une, il faudrait en pratique les relire une nouvelle fois !

Même post, 4h plus tard

Post (Left Column)	Post (Right Column)	Status
Dylan Dylou avec l'argent des sans dent?	Myriam Ragot Rien d'excessif ? Apparemment nous n'avons pas les mêmes valeurs.	Nouveau
Stanislas Grs il a des murs plaqué or?	Alain Bortolussi Et dire que des centaines de gens ne mangent pas ts les jours c'est abusé!!	Nouveau
Rody Becks Ikea il connaît pas 😊	Oliv' Rosell tout. va. bien.	Nouveau
Je paie mes impôts pour les bureaux du luxe et les costards et pour m'insulter aussi !	Florence Mendes m en fout	Traité
Florence Mendes m en fout	Zlatan Je Suis Voila ou passe notre redevance	Traité
Zlatan Je Suis Voila ou passe notre redevance	Mji Coat Bobos sociaux !!!!!	Nouveau
Joseph De Lavergne Delage saleté de socialos !	Hervé Antoine Il faut bien que la redevance serve à qq chose...	Nouveau
Yves Joseph Houbahouba Dans quel monde vit-elle ?	Jeff Wu Honteux	Nouveau
Christina Vidal poignée de portes et de placards en or massif?	Kranki Datin Normal le type mdr. Tout ces gens vivent sur notre dos pendant que la politique financée par des ultra riches est élu sans aucun choix; puisse qu'elle est toujours dans la même direction. Quand vous aurez compris, ça ira déjà mieux ^^	Nouveau
Didier Mascarelli Avec de l'argent public????? Mais bien sur que c'est excessif!!!! Il et elle se moquent de nous!!!!		
Angélik Shanna Vince 100.000 euros quel honte il est élu pourquoi lui		

Un outil dédié à la modération récupère tous les messages à traiter et effectue le classement le mieux adapté à une relecture efficace : le tri chronologique et par ordre de priorité. Cela permet aux équipes de ne traiter qu'une seule fois un message. Car une fois traité, il n'apparaît plus sur la console. Il est remplacé par les messages suivants, ceux en attente de traitement. **La modération en équipe est ainsi rendue possible et efficace : on élimine le risque que deux personnes d'une même équipe modèrent le même message.**

Et adopter ce type d'affichage n'est pas le seul avantage.

1.2 Traiter tous les messages

Avec ce type d'affichage, on s'assure aussi de traiter les commentaires d'anciens posts : si la plupart des contributions sont effectuées dans les heures qui suivent la publication, certaines interviennent sur la durée. Parfois sur des posts datant de plusieurs semaines !

Nutella
Nous avons une solution mais on préfère vous laisser deviner.
Like · Comment · Share · January 6

988 people like this. Recent Activity ▾
108 shares

Write a comment...

View previous comments

Victoria Chan Lila Lilou *...*
Like · Reply · January 25 at 8:35pm

Céline Carpentier Justine Morieux
Like · Reply · January 25 at 2:02pm

أم مالك هاجر علي
bonjour;pour moi nutella : delicieuse.,et de qualite mais je me demande si vs prmettez est ce qui elle contient la graisse du porc ou un autre constutiant du porc? j serai très satisfaite si vs me dtes la verite
Like · Reply · January 12 at 8:57am

Nutella Bonjour,
Vous pourrez trouver la composition et répartition exacte de nos



Sur Facebook, les internautes peuvent répondre à un commentaire. Rendant la tâche de modération directement sur le site très compliquée et chronophage : la réponse peut intervenir bien après le premier commentaire.

Certaines Marques publient un Post par jour. Faudrait-il aller vérifier les commentaires de tous les Posts des 30 derniers jours, plusieurs fois par jour ? Ce serait un temps inutilement perdu ! Au lieu de cela, mieux vaut d'adopter un outil qui affichera les messages par ordre chronologique d'arrivée, avec possibilité de les visionner dans leur contexte en un clic. Impossible de rater un nouveau commentaire, même posté sur un très ancien Post.

ID	Origine	Jour	Heure	Prio	Message
762612427142207_762646960472087 (ID: m: 302796241)	EFRFB	26.02.2015	17:25:26	1	non meme pas le pneu à exploser dans le bénéfice du doute je les changé moi même
762612427142207_762646463805470 (ID: m: 302793964)	EFRFB	26.02.2015	17:23:17	3	Surtt si le pneu a du etre change du a une usure ou a un mauvais gonflement a la base donc de leur faute...
762612427142207_762645520472231 (ID: m: 302793871)	EFRFB	26.02.2015	17:23:08	1	on va attendre le retour du service client voir ce qu'ils me disent et je vais contacter ma protection juridique voir ce qu'ils me proposent .
762612427142207_762644950472288 (ID: m: 302790776)	EFRFB	26.02.2015	17:19:30	4	c'est sur j'achète une 205 à ce prix la
762612427142207_762644833805633 (ID: m: 302790772)	EFRFB	26.02.2015	17:19:30	1	Oe jconfirme la c du vol! C le prix dune voiture skils te prennent pas dun pneu
762612427142207_762643410472442 (ID: m: 302788228)	EFRFB	26.02.2015	17:16:31	1	oui c'est sérieux y'a un contrat mais il te donne pas les conditions général de vente lorsque tu loup c'est à toi de chercher mais ça reste du vol
762612427142207_762640767139373 (ID: m: 302782903)	EFRFB	26.02.2015	17:10:59	1	Wahou c serieux sa? C t ecrit ds le contrat de location?
762612427142207_762637730473010 (ID: m: 302766106)	EFRFB	26.02.2015	17:01:09	1	c'est du vol

Sur Modératus, les messages à traiter sont classés par ordre d'arrivée ou de priorité. Impossible de passer à côté d'une contribution, quel que soit le nombre d'espaces surveillés. Et une fois traitée, plus aucun risque de devoir la relire.

1.3 Cas client

Prenons l'exemple de Disney. Cette entreprise gère plus de 25 pages Facebook. Certaines reçoivent beaucoup de commentaires, d'autres moins. La marque gère aussi **plusieurs chaînes Youtube**. Pour les espaces très actifs, comme pour les plus calmes, il est tout aussi important de s'assurer de la validité des messages publiés par les internautes. **Sans outil, les équipes devraient consulter plusieurs fois par jour l'ensemble des espaces. Soit plus de 35 !** Et pour chaque espace, identifier les derniers messages pour vérifier s'ils sont conformes à la charte. **Une tâche titanesque... avec très peu de valeur ajoutée !**



Donc si on résume : si vous avez plusieurs pages Facebook (ou une présence sur plusieurs réseaux sociaux), que vous publiez plusieurs Post par semaine sur chaque espace de dialogue et recevez plusieurs commentaires par Post qui peuvent apparaître dans un ordre non chronologique... un outil nous semble indispensable !
Le besoin apparaît donc bien avant d'atteindre des dizaines d'espaces de dialogue !

2/ MODERER LES DARK POSTS

Qu'est ce qu'un Dark Post ?

Les Dark Posts sont les publications sponsorisées de Facebook. Celles-ci s'affichent sur le fil d'actualité (la timeline) des internautes. Comme n'importe quel autre post, il est possible de le liker, le partager et bien sûr de le commenter. Ce post ne s'affiche pas sur votre page de marque. Ce qui permet de prendre la parole de façon différenciée selon vos différentes cibles (« fans » et non « fans », en fonction de l'âge, la situation géographique, etc.)...

Comme ces Dark posts n'apparaissent pas sur la timeline de la page, la modération des commentaires est un casse tête pour les Community Managers !



Renault France
21 h · Modifié · 🌐

Vous avez toujours rêvé de vous mesurer à Teddy Riner ? Alors rendez-vous vite dans la concession la plus proche de chez vous pour tenter de gagner un entrainement en présence du champion et bien d'autres surprises...

EN MARS,
LA FRENCH TOUCH REVIENT
EN FORCE

Triomphez du hasard au grand jeu de la clé !
Du 12 au 16 mars, pendant les portes ouvertes.

WWW.RENAULT.FR [En savoir plus](#)

J'aime · Commenter · Partager · 👍 688 💬 12 ➦ 41

Exemple de post sponsorisé apparaissant dans le fil d'actualité de l'internaute.

Renault France March 17 at 6:39pm Like Page

Avec Renault Occasions, il n'y a pas de lézard : jusqu'au 31 mars et sur une sélection de véhicules, l'Entretien et la Garantie sont offerts pendant 3 ans !
Renseignez-vous auprès de votre concessionnaire !

Renault Occasions
WWW.RENAULT-OCCASIONS.FR Learn More

Like · Comment

22 people like this. Most Relevant

Write a comment...

Girouille Sandrine Sainte rita je t'aime de mon coeur je t'aime tout mon coeur je t'aime dans mon coeur dimitri
Like · Reply · March 17 at 8:40pm

Florian Francois Rodolphe Coras la pub et com toi qan on tire sur la queue elle tombe mdr
Like · Reply · 1 · March 17 at 9:43pm

Rodolphe Coras Garantie aussi !
Like · March 17 at 9:47pm

Florian Francois Oui garanti qel.tombe
Like · March 17 at 9:56pm

Rodolphe Coras mdr !!!!
Like · March 17 at 9:57pm

Write a reply...

Autre Dark Post, avec ses commentaires dépliés.

Les Dark Posts sont de plus en plus populaires au sein des marques et agences digitales pour leur capacité à cibler. Il n'est pas rare, pour une seule opération marketing, de voir **un même message décliné en plusieurs dizaines de versions différentes**. Car les équipes Social Media optimisent les dépenses publicitaires via la technique bien connue de **l'A/B testing** : plusieurs images, textes, descriptions, ou encore types de boutons sont utilisés.

Même en tant qu'administrateur, ces posts ne sont pas affichés sur la page. **Ils sont très difficiles à retrouver, et donc quasiment impossibles à modérer** efficacement, via l'interface de Facebook ! Car il faudrait pour cela conserver le lien vers chacun des Dark Posts, puis les consulter les uns après les autres, et parcourir l'ensemble des commentaires postés. Bref, un travail colossal.

Or, ces publications sont encore plus à surveiller que les autres ! Car les « non fans » ne sont pas toujours très tendres avec ce qu'ils perçoivent comme une intrusion publicitaire. **On constate en moyenne un taux de suppression deux fois supérieur pour les Dark Posts.**

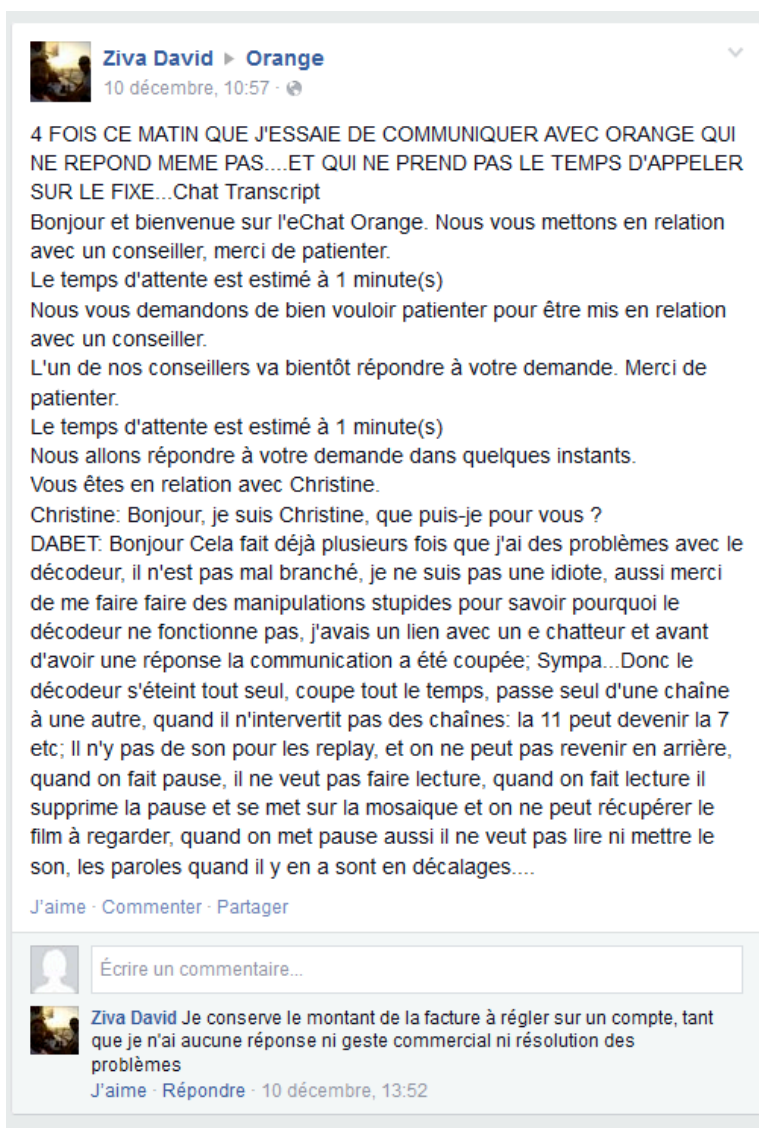
Modératus récupère automatiquement les commentaires déposés sur une publication de type Dark Post. Ils s'ajoutent au flux des commentaires à traiter, comme cela se passerait pour n'importe quelle autre publication. **C'est aussi simple que cela !**

3/ QUALIFIER ET HISTORISER ... POUR MIEUX REPONDRE OU ASSIGNER

Les internautes interpellent régulièrement votre marque sur les réseaux sociaux. Et ils sont de plus en plus exigeants. Selon l'étude « Connect Attitude » du SNCD réalisée en juillet 2014, **plus d'un internaute sur deux n'est pas satisfait du service client 2.0**. La réponse et le traitement de ces demandes exigent un suivi sans anicroches. Afin de fluidifier ces échanges, Modératus permet une historisation des messages.

Ces conversations sauvegardées donnent du contexte et permettent de mieux répondre au problème rencontré par le client. Elles évitent à l'internaute de réexpliquer à maintes et maintes reprises le problème rencontré. Les Community Managers ou web-conseillers sont dans de meilleures conditions pour trouver une solution rapide et adaptée.

Prenons l'exemple de cet internaute qui écrit à un opérateur de téléphonie bien connu :



Ziva David ▸ Orange
10 décembre, 10:57 · 🌐

4 FOIS CE MATIN QUE J'ESSAIE DE COMMUNIQUER AVEC ORANGE QUI NE REPOND MEME PAS....ET QUI NE PREND PAS LE TEMPS D'APPELER SUR LE FIXE...Chat Transcript

Bonjour et bienvenue sur l'eChat Orange. Nous vous mettons en relation avec un conseiller, merci de patienter.
Le temps d'attente est estimé à 1 minute(s)
Nous vous demandons de bien vouloir patienter pour être mis en relation avec un conseiller.
L'un de nos conseillers va bientôt répondre à votre demande. Merci de patienter.
Le temps d'attente est estimé à 1 minute(s)
Nous allons répondre à votre demande dans quelques instants.
Vous êtes en relation avec Christine.

Christine: Bonjour, je suis Christine, que puis-je pour vous ?
DABET: Bonjour Cela fait déjà plusieurs fois que j'ai des problèmes avec le décodeur, il n'est pas mal branché, je ne suis pas une idiote, aussi merci de me faire faire des manipulations stupides pour savoir pourquoi le décodeur ne fonctionne pas, j'avais un lien avec un e chatteur et avant d'avoir une réponse la communication a été coupée; Sympa...Donc le décodeur s'éteint tout seul, coupe tout le temps, passe seul d'une chaîne à une autre, quand il n'intervertit pas des chaînes: la 11 peut devenir la 7 etc; Il n'y pas de son pour les replay, et on ne peut pas revenir en arrière, quand on fait pause, il ne veut pas faire lecture, quand on fait lecture il supprime la pause et se met sur la mosaïque et on ne peut récupérer le film à regarder, quand on met pause aussi il ne veut pas lire ni mettre le son, les paroles quand il y en a sont en décalages....

J'aime · Commenter · Partager

Écrire un commentaire...

Ziva David Je conserve le montant de la facture à régler sur un compte, tant que je n'ai aucune réponse ni geste commercial ni résolution des problèmes
J'aime · Répondre · 10 décembre, 13:52

On est dans un cas qui nécessite l'intervention d'un Web conseiller. Mais il serait utile de savoir si cet internaute, qui s'exprime ici sur Facebook, a déjà sollicité l'aide de la Marque dernièrement. Ne serait-ce que pour éviter de lui faire la même réponse type que précédemment ! Avec un outil de modération, toutes les précédentes interventions sont historisées et consultables en un clic, comme le montre la copie écran ci-dessous

Ziva David 1059768235	15.09.2014 10:27:36	BAN	Encore une fois je reçois un sms pour me dire que ma dernière facture n'est pas payée, SSSIIIIII, depuis le 20 août !! C'est franchement énervant, frustrant et insatisfaisant de la part de Bouygues, donc je confirme qu'au mois de janvier ils me verront changer d'opérateur
Ziva David 1059768235	05.09.2014 12:24:24	BAN	On ronchonne quand cela ne va pas, mais là je dois signaler la rapidité de réponse du service client Orange pour une option facturée non demandée, ils ont répondu en moins de 48h, ils ont arrangé le problème, ils ont aussi fait un geste commercial qui se verra sur la prochaine facture....MERCI, cela fait du bien d'être écouté, j'ai bien fait de passer chez Orange !! Bon weekend et merci à ceux qui ont géré le dossier !!!! :-)
Ziva David 1059768235	01.09.2014 15:15:57	BAN	Bon, c'est fortement ennuyeux, DEUX MOIS, que j'attends qu'Orange m'explique pourquoi ils m'ont facturé l'option appel blablatruc à 5€, AUCUNE réponse ni comment cela se fait que la box ait des comportements bizarres, à 5€ par abonné, par mois etc sacré cagnotte à la fin !! Mais pas de commentaires de leur part; C'est du vol non ?
Ziva David 1059768235	13.08.2014 07:51:05	BAN	Oui c'est ça ! Mais c'est ma ligne pro...et quand je demande j'ai une réponse type qui ne correspond pas à la question...De toutes façons il y a eu tellement de problèmes avec eux depuis un an qu'au mois de janvier je change d'opérateur !
Ziva David 1059768235	12.08.2014 18:03:00	BAN	Bonjour, votre commentaire ne m'a pas beaucoup aidé, je vous indique que sur l'espace "mon compte" de bouygues, il ne m'est plus proposé la possibilité de régler la facture en ligne avec ma CB mais d'attendre le 18/08; C'est redondant de vous le réécrire, aucune solution ?
Ziva David 1059768235	12.08.2014 07:33:30	BAN	Bonjour j'ai dépassé la date de paiement en ligne de ma facture de juillet, est-il possible de la régler ou est ce que j'attends le 18/08 comme proposé sur l'onglet "mon compte" ? Merci de votre réponse bonne journée :-)
Ziva David 1059768235	17.07.2014 12:47:04	BAN	Merci Mademoiselle de votre gestion rapide de cet incident, je vous souhaite une bonne journée et bien du courage pour tous les ronchons comme moi qui viendront vous embêter, cordialement,
Ziva David 1059768235	17.07.2014 11:59:52	BAN	Et sur le site, sur mon compte, cela apparait toujours à payer, gérez vous cela ?
Ziva David 1059768235	17.07.2014 07:10:27	BAN	De plus il s'agit de ma ligne professionnelle, si c'est coupé ça risque fort de barder
Ziva David 1059768235	17.07.2014 07:08:41	BAN	Bonjour, comment se fait-il qu'une facture payée par CB le 07/07 (écriture bancaire à l'appui) reste impayée sur le site et que je reçoive des sms de relance alors que c'est déjà réglé ?????? Est ce une blague ??????
Ziva David 1059768235	02.06.2014 16:09:26	BAN	Il était pourtant à la suite du vôtre!!
Ziva David 1059768235	02.06.2014 14:50:19	BAN	Et moi je ne comprends pas votre réponse, il y a eu une réponse à ce message, je vous y indiquais que vous pouviez m'appeler le vendredi proposé à 20h, quant à réécrire que vous m'avez tout de même appelé à 11h alors que je vous ai prévenu à 8h.....;

L'historisation permet au web-conseiller d'avoir la meilleure compréhension possible du problème rencontré par le client.

Question pertinente non résolue, internaute grincheux ayant toujours un reproche à faire ou prospect souhaitant en savoir plus sur vos produits : **en un clin d'œil, votre équipe doit être en mesure de choisir la meilleure réponse**, adaptée au contexte.

On parle souvent du temps de réponse sur les réseaux sociaux, beaucoup plus court que pour les autres moyens de contact. Mais la personnalisation de la réponse et le fait qu'elle soit adaptée à la question de l'internaute sont encore plus importants. Un internaute ne vous en voudra pas (a posteriori) de prendre plus de temps si vous apportez la solution à sa demande. **Par contre, il sera intransigent si la réponse est hors sujet.** Le simple fait d'historiser les messages apporte une aide précieuse aux web-conseillers ou community managers.

4/ « SEMI-INDUSTRIALISER » LA REPONSE, POUR EVITER LES ERREURS

Les premiers sites web ont inventé les FAQ (Foires Aux Questions) afin d'apporter une réponse efficace aux questions fréquemment posées. Sur les réseaux sociaux, de nombreuses questions reviennent régulièrement... car les internautes ne prennent pas toujours la peine de chercher avant de demander.

Exemple : « Comment dé-simlocker mon téléphone ? » est une question qui reviendra tous les jours sur la page Facebook d'un opérateur de téléphonie.

Pour autant, il faut bien répondre à ces internautes. Nos conseils : apportez une réponse rapide, sur les réseaux sociaux, via un ensemble de textes prédéfinis. Et utilisez des variations afin de ne pas donner l'impression que vous êtes un automate.

Cas client dans l'univers de la cosmétique :

Certains secteurs d'activité ont des sujets sensibles. L'énergie ou l'agroalimentaire par exemple. Un de nos clients, fabriquant de produits cosmétiques, est régulièrement interpellé au sujet des tests sur les animaux. Sans même parler d'activisme, les internautes souhaitent en savoir plus sur les produits qu'ils achètent et sur leur respect de l'environnement. Ces réponses ne peuvent pas s'improviser ! Via un ensemble de textes définis en amont avec notre client, l'outil aide le modérateur à apporter une information précise et personnalisée. Avec variations pour les questions qui reviennent régulièrement. C'est suffisant dans la majeure partie des cas.

Question de l'internaute

Filtre sur le dictionnaire de réponses

Plusieurs variations de réponses

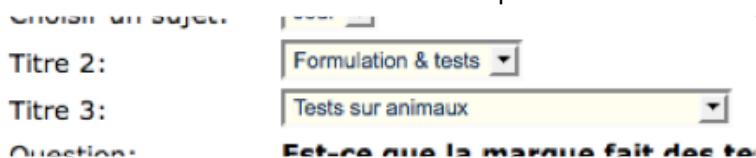
Sélection de la formule de politesse :

La liste déroulante Jour / Nuit permet de sélectionner la forme de politesse : « Bonjour » et « Bonne journée » dans le car du jour, « Bonsoir » et « Bonne soirée » pour la nuit.



Sélection de la thématique :

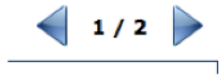
Une, deux voire plusieurs listes déroulantes permettent de descendre dans l'entonnoir des réponses disponibles au sein du dictionnaire. Le web-conseiller peut ainsi sélectionner la réponse la mieux adaptée.



Sélection du message (variation) :

Une fois la thématique identifiée (dans notre exemple « Formulation & tests » et « Tests sur animaux »), plusieurs messages sont à disposition de l'opérateur. Il peut ainsi varier les réponses. Cela permet de ne pas donner l'impression d'un robot répondant mécaniquement aux questions des internautes.

***** /



Voici des exemples de réponses apportées sur Facebook :

A screenshot of a Facebook post. The post is from a user named Bernadette, dated February 20 at 2:10am. The text of the post is "faites-vous des tests sur les animaux?". Below the post, there are options to "Like", "Comment", and "Share". A comment section is visible, showing a comment from a user named France, dated February 20 at 10:15am. The comment text is: "Bonjour Bernadette, Nous ne testons pas et ne sommes jamais promoteurs de tests sur animaux, ni sur nos produits finis ni sur les ingrédients qu'ils contiennent. C'est un engagement fort pris par notre marque depuis la fin des années 1980. Bonne journée !". There are options to "Like", "Reply", and "Share" for the comment.A screenshot of Facebook comments. The first comment is from Gaya Gassama, dated December 11, 2014 at 10:12am, with the text "Félicitation et continuez comme ça". The second comment is from Chris Elloca, dated December 10, 2014 at 7:04pm, with the text "Et sinon, paraît il que vous êtes pour les tests sur les animaux ?". Below this comment, there is a reply from France, dated December 10, 2014 at 7:34pm, with the text "Bonsoir Chris, Pour répondre à votre remarque, nous vous confirmons que nous ne testons pas et ne sommes jamais promoteurs de tests sur animaux, ni sur nos produits finis ni sur les ingrédients qu'ils contiennent. ... See More". There are options to "Like", "Reply", and "Share" for the comment. Below the comments, there is a button that says "View more replies". The third comment is from Natacha Gautreau, dated December 10, 2014 at 9:04pm, with the text "Parfum isphanan! , il ya longtemps jamais oublié a refaire!". There are options to "Like", "Reply", and "Share" for the comment.

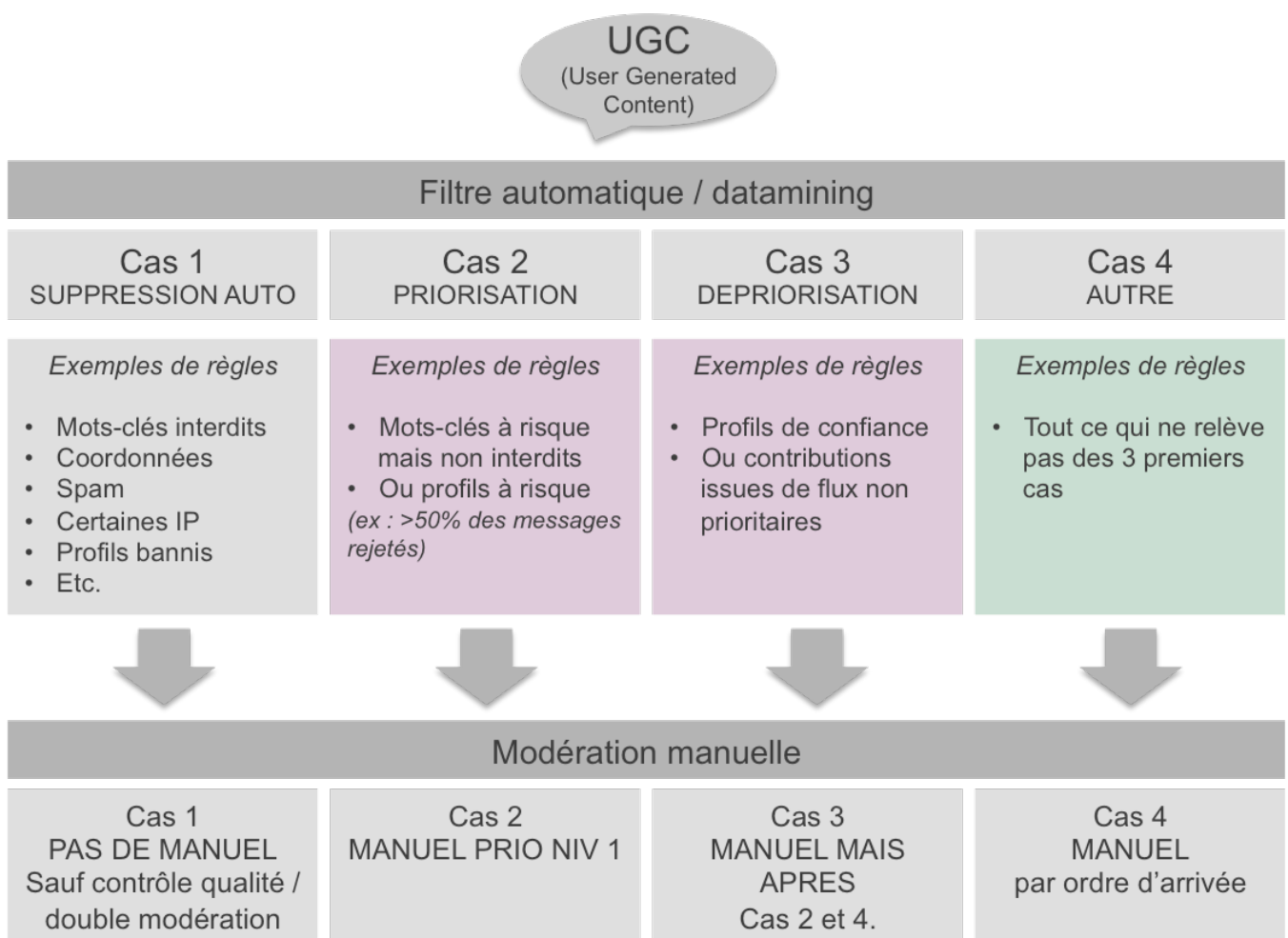
Ces réponses ont été préalablement validées par le client puis enregistrées dans la bibliothèque de réponses de l'outil.

5/ FACILITER LE VERDICT DU MODERATEUR

L'efficacité du travail de modération ne se mesure pas uniquement au volume de messages traités. **Identifier les messages les plus sensibles en premier est clé.** Une insulte laissée trop longtemps, un propos raciste non traité à temps et c'est la déferlante de messages garantie, en provenance d'autres internautes, qui surenchérisent. Relire les messages les plus sensibles en priorité permet ainsi de **contenir les débordements et de maintenir des échanges cordiaux entre les internautes.**

C'est la raison pour laquelle Modératus implémente un algorithme bénéficiant de plusieurs années de recherche et développement. Celui-ci se base sur un ensemble de critères afin d'établir **un ordre optimal pour le traitement des messages** : adresse IP, historique de publication et taux de messages rejetés pour l'internaute qui publie le commentaire, mots à risque contenus dans le message (liste personnalisable par page Facebook) sont quelques-unes des informations utilisées.


Objectif : ne pas être obligé de traiter les messages par ordre chronologique et privilégier les messages jugés à risque par l'outil pour minimiser leur temps de présence en ligne.



Grille de décision pour le traitement des messages

Prenons un cas réel. Sur un grand média français, en réaction à un article publié sur l'évolution de la législation canadienne sur le don du sang, un internaute publie le commentaire suivant : « *une periode d'abstinence de 5 ans!! carrement! ils sont rigolo au canada* ».

FBLMP - Commentaire FB
(par utilisateur)
aLM - FB - Page corporate

 **Olivier West**

Histo: 31 | 88 (74%)

ID.n: 318504180

profil utilisateur: voir | même profil
versions précédentes

Traité et transmis
reçu: 18.03.15 14h33

like	32
share	0
comment	9

une periode d'abstinence de 5 ans!! carrement! ils sont rigolo au canada

[cacher Détails](#)

VERDICT: ESC SUP | ESC CLIENT

Motif du choix: Choix non défini | **BAN NETINO**

Ce commentaire a priori anodin, remonte pourtant en top priorité des messages à traiter. Explications :

L'outil dédié à la modération commence par analyser **l'historique de publication du contributeur**. Le calcul du taux de modération de l'utilisateur permet d'identifier le type de profil. Le taux de modération moyen étant d'environ 20%, un internaute ayant un taux inférieur sera réputé « sûr », alors qu'il sera « à risque » dans le cas contraire.

 **Olivier West**

Histo: 31 | 88 (74%)

Notre internaute avait publié 119 commentaires par le passé : 31 acceptés et 88 supprimés ou masqués car hors charte. Ce qui donne un **taux de modération de 74%**. Soit bien au dessus des 20% habituels. La contribution est donc hautement à risque. **La priorité de traitement est donc haute.**

Mais l'historique de publication n'est pas le seul indicateur pris en compte. **La viralité du message est également à prendre en considération.**

Pour chaque message, le nombre de J'aime (like), de partages (share) et de réponses au commentaire (comment) sont récupérés. Ici, 32 likes, ce qui est suffisamment élevé pour justifier un traitement prioritaire, par précaution.

like	32
share	0
comment	9

Chacune de ces 3 valeurs est utilisée par Facebook pour mettre en avant une contribution. C'est la raison pour laquelle il est primordial d'intégrer ces informations dans l'algorithme de priorisation.

Le taux de modération ainsi que la **viralité du commentaire** donnent une note de priorité de traitement du message.



Fonctionnement de l'algorithme de priorisation des messages.

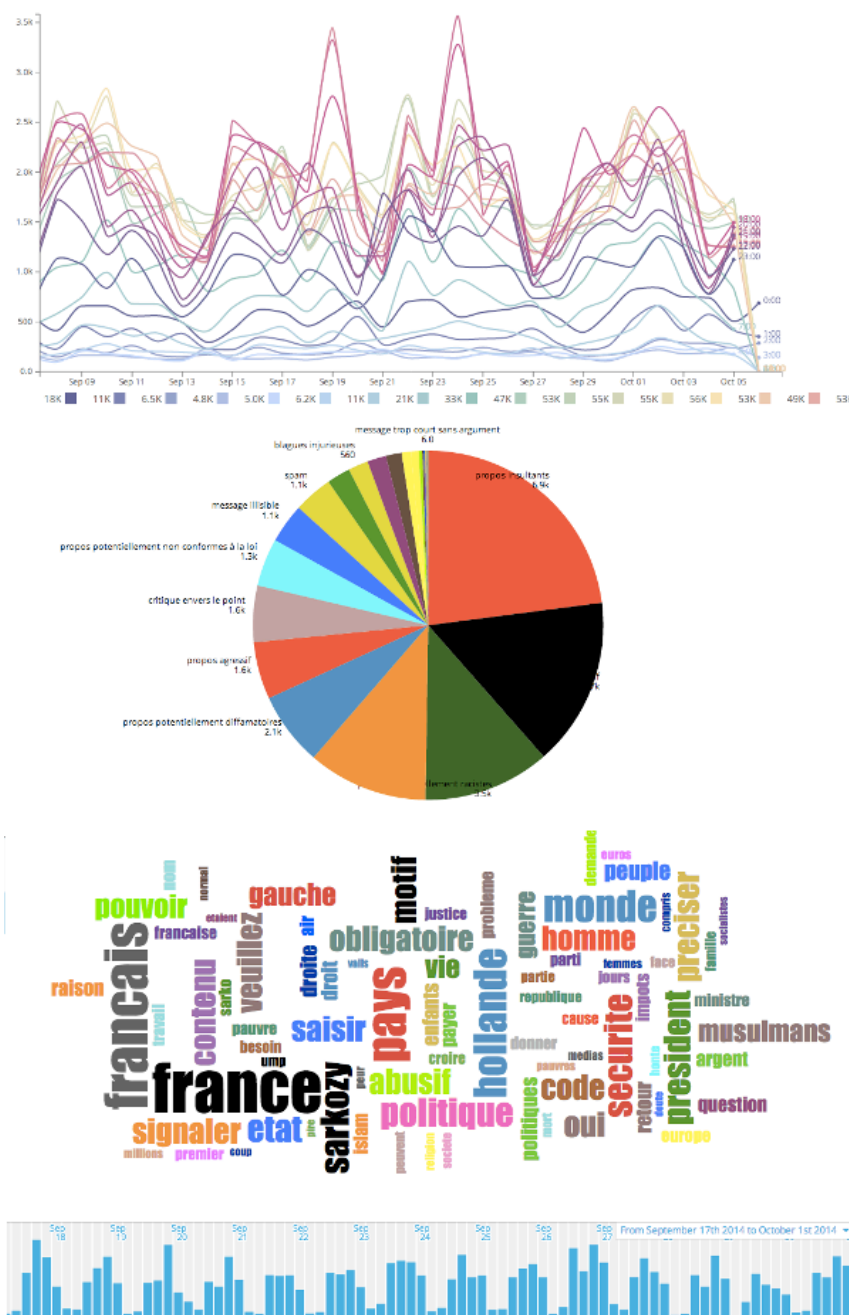
Cette approche est très utile pour **les pages recevant beaucoup de commentaires**. Notamment les pages de grands médias. **Mais pas uniquement**. C'est dans les minutes qui suivent la publication d'un post par le

Community Manager, que les commentaires affluent. On peut même parler de pic. Dans ce cas également, il est très utile de traiter les commentaires les plus sensibles en premier.

6/ ALLER PLUS LOIN DANS L'ANALYSE

Les meilleurs outils de Social Media Intelligence (Linkfluence, Synthésio, Digimind, etc.) donnent une excellente vision sur ce qui se dit de vous sur le Web. Mais ces outils ne sont pas faits pour vous apporter **une analyse fine de VOS espaces communautaires, notamment parce qu'ils ne tiennent pas compte des messages retirés.**

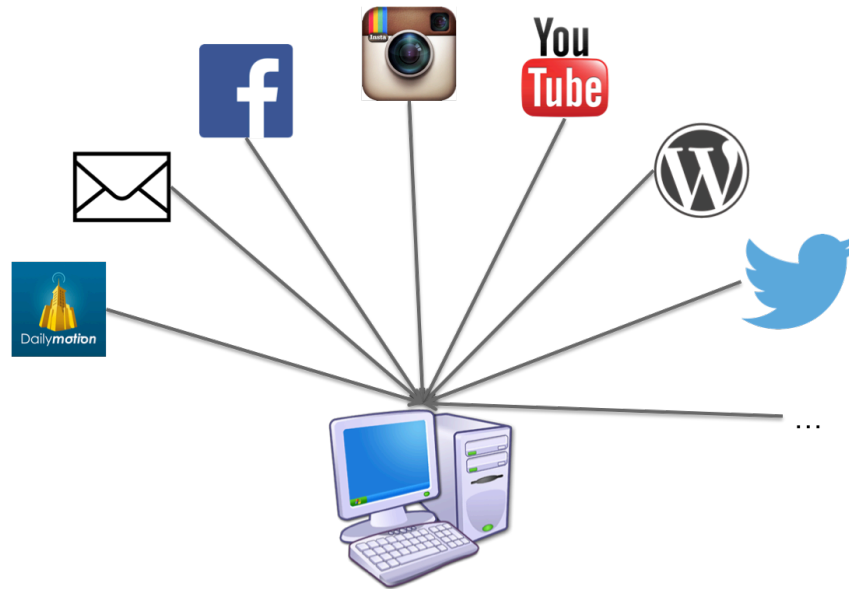
En se concentrant sur vos espaces 2.0, vous identifiez les sujets qui fédèrent, les meilleurs contributeurs, les mots-clés qui reviennent le plus. **Vous identifiez également les sujets sensibles, et les mots clés à surveiller.** Autant d'indicateurs qui aideront à mieux comprendre votre communauté et à imaginer des opérations encore plus efficaces et fédératrices.



Exemple de plusieurs statistiques extraites des commentaires traités sur la page Facebook d'un média.

La volumétrie des commentaires traités implique l'utilisation **d'algorithmes issus de l'univers de la Business Intelligence**. Ces techniques permettent d'obtenir des statistiques à la fois détaillées et globales. Détaillées, car les données agrégées peuvent être **croisées en fonction de nombreux critères** : le taux de modération, l'auteur du commentaire, l'heure de la journée ou encore le pays d'origine. Cette finesse d'analyse permet la création de reportings à la fois simples et complets.

Les statistiques obtenues sont également globales. Car l'outil de modération récupère les contributions sur **l'ensemble des réseaux sociaux auxquels il est relié** : Facebook mais aussi Instagram, chaîne Youtube, Twitter .. sans oublier les forums et sites web 2.0.



Connexion du logiciel de modération aux principales plateformes de dialogue. Ici : Dailymotion, le mail, Facebook, Instagram, Youtube, WordPress, Twitter, ... ce qui permet d'avoir des statistiques consolidées et globales.

Cette approche permet d'offrir une vision « à 360° » de l'activité sociale, sur l'ensemble des espaces 2.0 connectés. Sur une même interface, vous pouvez comparer les volumes de commentaires, analyser les posts qui fonctionnent le mieux ou identifier vos meilleurs contributeurs. **Un véritable tableau de bord permettant de piloter et ajuster votre stratégie d'interaction avec vos communautés.**

CONCLUSION

Il y a à peine trois ans de cela, notre métier de spécialiste de la modération 2.0 était assez peu connu. **Désormais, les communautés se sont étoffées, les concours 2.0 se sont multipliés : commentaires, photos, vidéos...** . Non seulement la modération est une problématique à laquelle les départements Digitaux des marques ont déjà été confrontés, mais ils ont également pris conscience de la **complexité de ce métier. Un environnement technologique hétérogène (beaucoup de réseaux sociaux, de logiciels participatifs) et des API qui évoluent en permanence. Sans oublier les exigences toujours plus fortes de la part des clients/internautes comme de leur propre Direction.**

Un partenaire spécialiste de la modération est un acteur équipé afin de répondre à l'ensemble de ces problématiques. Et un outil dédié à la modération est une condition sine qua non à la performance de cette activité. Afin de ne traiter qu'une seule fois les messages, et de les traiter dans un ordre qui **limitera les débordements**. Si évident et pourtant impossible à réaliser sur les interfaces standards des réseaux sociaux. Des réseaux sociaux qui concentrent leurs efforts vers les annonceurs, en leur permettant d'investir dans des formats publicitaires toujours plus perfectionnés. Et c'est bien logique. A l'exemple des **Darks posts** de Facebook ... qui sont, comme illustré en 2/, **un enfer à modérer !**

Pourtant, **qualifier, assigner, traiter et dans certains cas répondre** aux messages des internautes sont dorénavant un des **pilliers des stratégies 2.0 des marques**. Que les réponses préviennent un « bad buzz » ou qu'elles apportent une solution de type FAQ, les marques se doivent d'être efficaces sur ce terrain. Elles y sont contraintes par les Internaute, et ce **quelque soit le secteur d'activité**.

Enfin, un outil dédié à la modération doit permettre de piloter l'activité. C'est à dire donner les indicateurs clés afin de construire les reportings adéquats.

Au cours de ce livre blanc, peut-être vous êtes-vous dit : « **Un outil très utile certes, mais un outil de plus** ». Il est vrai que les médias sociaux ne cessent de donner naissance à de nouveaux produits. Les cartographies visant à classer ces outils donnent le vertige : Social Data, Social Engagement, Social Media Monitoring, Social Intelligence, Social Content & Forums ...

Oui, sauf que l'objectif premier d'une solution dédiée à la modération est justement de diminuer le nombre d'outils auxquels le modérateur devra se connecter, en récupérant en un seul endroit tous les messages postés sur l'ensemble des espaces 2.0. Pour n'avoir à travailler que sur un seul tableau de bord.

Un seul outil, c'est un plus grand confort pour l'opérateur lui-même qui n'a plus à se soucier d'aller se connecter à pléthores d'interfaces. C'est aussi plus de confort pour le social media manager : il est assuré que l'ensemble des réseaux sociaux sont adressés. Et si pour une fois, on s'appliquait la fameuse expression de Robert Browning, « Less is more » ?

A PROPOS DE NETINO

Netino est l'acteur de référence en France de la modération web 2.0 et en Relation Client digitale de 1^{er} niveau de réponse. Nous opérons en temps réel, **24h/24 365j/an et en multilingue**, sur des contenus de type **commentaires, pseudos, images ou vidéos**,... Nous déchargeons les équipes Social Media et leur permettons de se consacrer à des tâches à plus fortes valeurs ajoutées.

Plus de 100 références grands comptes dans les principaux secteurs : Téléphonie, Banque, Médias, Entertainment, Institutionnels, Pure Players Internet, ...

Apprenez-en plus sur nous en consultant notre site <http://www.netino.fr/>