

Outils et méthodes pour détecter de faux avis de consommateurs ?

Carole Tisserand-Bartole

Il ne se passe pas un jour sans que l'on entende parler des avis de consommateurs et plus particulièrement des faux avis qui ternissent l'image des sites qui s'en sont fait une spécialité (comme Tripadvisor par exemple) ou bien tout simplement des sites d'e-commerce qui en affichent en association avec les produits qu'ils proposent.

Et pourtant, ces avis sont une mine d'informations précieuses qu'il serait dommage de négliger aussi bien pour les clients/consommateurs que pour les acteurs de l'hôtellerie,

de la restauration ou même pour toute autre entreprise de B2C.

Alors comment différencier les faux des vrais avis de consommateurs ? Quels outils, sources ou méthodes existe-t-il pour y parvenir ?

Pour ceux qui en douteraient encore, il n'existe pas de solution miracle. Néanmoins, le recours à une combinaison d'outils, de différentes méthodes et astuces peut permettre de se rapprocher de la vérité et de la réalité. Après quelques statistiques et éléments de contexte, nous présenterons ces

N°112 Septembre / Octobre 2014

SOMMAIRE

Méthodologie

- Outils et méthodes pour détecter de faux avis de consommateurs ?, pp.1-5

Temoignage

- La veille : une activité légale ?, pp.6-8

Prospective

- Numérique et ingéniosité collective : de nouveaux espaces de curiosité, pp.9-10

Boîte à outils

- Stample, un petit nouveau dans le monde des plateformes collaboratives, pp.11-13

Surf sur le Net

- 50 sources les plus utilisées par Wikipedia en anglais, p.14
- Etude sur les réseaux sociaux d'entreprise, p.14
- Twittosphère juridique : qui suivre ?, p.15
- 20 solutions en ligne pour faire des présentations, p.15