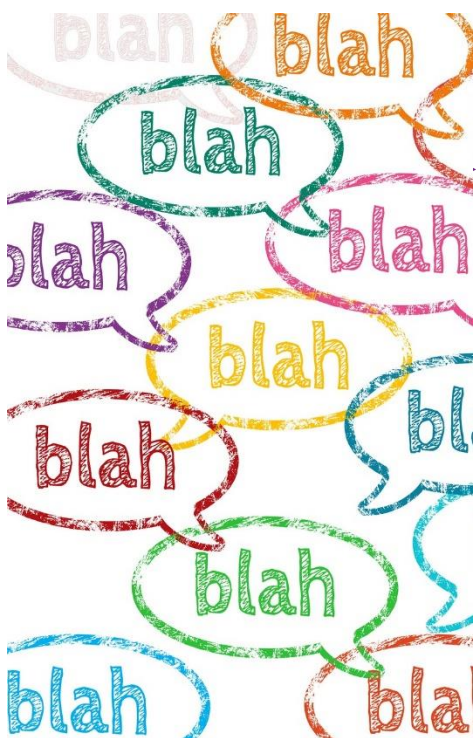


L'e-réputation

L'e-réputation correspond à l'image de l'entreprise, d'un produit, d'une marque, voire d'une personne sur Internet. Cette image est perçue au travers de l'ensemble des outils en ligne : site web, médias sociaux, avis clients, forum, blogs, ...

Pourquoi se soucier de son e-réputation ?



Si vous ne le faites pas, les internautes le feront pour vous !

Ne pas intervenir pour apporter une réponse "officielle" aux critiques portées sur sa marque **donne l'opportunité aux internautes** (et éventuellement aux concurrents malhonnêtes) **de créer une mauvaise image de l'entreprise.**

Cette stratégie d'intervention sur les médias sociaux permet également de **désamorcer les crises avant qu'elles n'éclatent**, en repérant rapidement les points de vigilance.

Par ailleurs, **aller à la rencontre des internautes en répondant de manière "officielle" à leurs questions** (même en-dehors du site de la marque) **permet :**

- de montrer que l'entreprise est **à l'écoute de ses clients**
- de **créer un lien affectif** entre la marque et ses clients
- **d'impliquer les internautes** dans le destin de la marque

Besoin d'un conseil, d'un accompagnement,
... contactez votre conseiller CCI

Attention à la mauvaise réputation de l'entreprise

le danger ne vient pas toujours de l'extérieur. **Vos salariés peuvent également contribuer à votre réputation**, en s'exprimant sur les réseaux sociaux, pas toujours de manière loyale.

Connaissez-vous les trolls ?

Ce sont ces internautes qui viennent polluer les discussions dans le simple but de ...polluer les discussions. Vous ne pouvez discuter avec eux, car vous leur donnez de la matière : ne nourrissez pas les trolls, dit l'adage populaire.