

MAITRISER MA E-RÉPUTATION POUR GAGNER EN PERFORMANCE

Pourquoi se soucier de ma e-réputation ?



Maintenir une belle image de votre entreprise



Gérer rapidement les différentes situations à risques



Créer un lien affectif avec vos clients

Les fondamentaux

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, forums, blogs...

Construisez vous-même la e-réputation de votre entreprise. Si vous ne le faites pas, les internautes le feront pour vous.

Par où commencer ?

1

Intervenez rapidement.

Afin d'apporter une réponse « officielle » aux critiques portées sur votre entreprise et de ne pas donner l'opportunité aux internautes (et éventuellement aux concurrents malhonnêtes) de créer une mauvaise image de votre entreprise.

2

Prenez les choses en main en amont.

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.



3

Allez à la rencontre des internautes.

En répondant de manière « officielle » à leurs questions (même en dehors du site de la marque) cela permet :

- De montrer que vous êtes à l'écoute de vos clients
- De créer un lien affectif entre votre marque et vos clients
- D'impliquer les internautes dans le destin de votre marque

Avant d'aller plus loin...

Pour collecter des avis clients positifs sur votre entreprise, vous pouvez encourager votre clientèle à les partager grâce à un QR code.

Voir la fiche pratique :
[encourager-des-avis-clients-positifs.pdf](#)
(laboutic.fr)

L'e-réputation de vos collaborateurs

Vos salariés sont ceux qui connaissent le mieux votre entreprise et peuvent avoir une forte influence sur votre e-réputation. Pour la maîtriser, vous devez travailler votre image auprès de vos collaborateurs.



1 Sensibilisez vos employés.

L'image de votre entreprise est liée à celle de vos employés qui sont de plus en plus recherchés sur Google pour en savoir plus sur eux, leur vie privée ou professionnelle. De fait, une image critique d'un employé peut avoir des effets négatifs pour lui et votre entreprise.

2 Améliorez l'e-réputation de vos employés.

Invitez vos salariés à améliorer leurs profils sur les réseaux sociaux. Votre travail collaboratif augmentera la transparence de votre entreprise, sans réglementer strictement les propos de vos employés en ligne.


3 Impliquez vos employés.

Si vos salariés sont satisfaits et heureux dans votre entreprise, cela permet d'éliminer les risques d'une mauvaise e-réputation sur internet et les réseaux sociaux, tout en bénéficiant de leur implication et leur soutien.


4 Transformez vos employés en ambassadeurs.

Encouragez vos employés à s'engager sur les médias sociaux et à rester authentiques dans leurs propos. Incitez-les à relayer des informations sur leurs réseaux sociaux pour développer la notoriété de votre entreprise.

Connaissez-vous les trolls ?

 Ce sont ces internautes qui viennent polluer les discussions dans le simple but de générer des polémiques ou de nuire à votre entreprise. Ils donnent leurs avis sur tout, sont de mauvaise foi, écrivent avec des fautes d'orthographe et peuvent même être agressifs.



 Pour éviter d'envenimer la situation, adoptez un principe simple : « ne nourrissez pas le troll ». Ignorez les provocations plutôt que d'y répondre. L'indifférence va l'ennuyer et il partira de lui-même chercher une autre victime. Profitez-en pour le signaler avant qu'il n'agisse à nouveau.

Et après ?

Pour en savoir plus sur la manière de répondre aux avis clients, vous pouvez consulter la fiche pratique qui s'y rapporte.

Voir la fiche pratique :
[les-avis-clients.pdf](https://www.laboutic.fr/les-avis-clients.pdf)
([laboutic.fr](https://www.laboutic.fr))