L’E-réputation, un véritable enjeu pour l’entreprise

	L’E-réputation, un véritable enjeu de pour l’entreprise

En France, 84 % de la population totale ont accès à internet en 2015. Ce chiffre s'élève à 86 % au Canada et à 80 % aux États-Unis. Face à de tels chiffres, force est de constater que les médias traditionnels ne possèdent plus le monopole de l'information de nos jours.

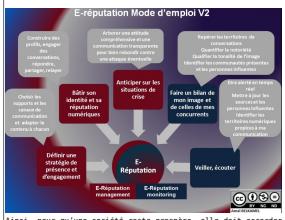
En France, 84 % de la population totale ont accès à internet en 2015. Ce chiffre s'élève à 86 % au Canada et à 80 % aux États-Unis. Face à de tels chiffres, force est de constater que les médias traditionnels ne possèdent plus le monopole de l'information de nos jours.

Ceci entraine de multiples changements pour les sociétés qui souhaitent se forger une image positive ou qui veulent préserver leur statut actuel. L'E-réputation se trouve soudainement au cœur de leurs préoccupations et elle peut leur couter cher si elle est mal entretenue.

Internet, un autre monde

Le temps des médias horizontaux est passé et aujourd'hui, les sociétés doivent combattre sur un nouveau champ de bataille. Ce dernier possède bien entendu des règles totalement différentes. Sur internet par exemple, les clients peuvent désormais se faire entendre par leur semblable. En d'autres termes, ils peuvent détruire une société ou au contraire participer à son essor. Il s'agit d'ailleurs du principal enjeu de l'essor d'internet et de l'e-réputation.

Si une société oublie de prendre soin de son e-réputation, elle risque de vite disparaitre. Attention malgré tout, car même en entreprenant diverses actions sur internet, elles ne seront pas à l'abri d'un « bad buzz ». Pour faire simple, le « bad buzz » correspond à une réponse massivement négative de la part des clients. Dans le meilleur des cas, la société perd quelques parts de marché et dans le pire des cas, elle mettra la clé sous la porte. Comme dit précédemment, les clients peuvent désormais réagir et mener une action en commun afin de mettre à genou une société.



Ainsi, pour qu'une société reste prospère, elle doit accorder une attention particulière à son e-réputation. Pour cela, elle peut commencer par se créer une vitrine sur internet. Elle peut ensuite entreprendre des campagnes marketing ou publicitaire répondant aux codes et aux normes des différentes plateformes sur le web comme les réseaux sociaux. Normes et codes qui, une fois encore, se révèlent différents de ceux des médias traditionnels.

Réagissez à cet article

Source : *E-réputation : un enjeu de taille pour l'entreprise* |