

Le « risque réputationnel » est le plus grand risque auquel les sociétés font face aujourd’hui. En effet, la vitesse de couverture médiatique est plus ou moins bienveillante et la puissance des médias et des réseaux sociaux est incontournable.

L’image d’une entreprise, construite avec vertu pendant des mois, peut être détruite en quelques heures.

Y a-t-il des signes de faiblesse qui nous alertent ?

Comment gérer sa réputation ?

Et comment se protéger ?

Pour répondre à ces questions, Élisabeth Lécuyer reçoit Laurent Rignault, président d’Expertisme, Agence de marketing et de communication digitale spécialisée dans les réseaux sociaux, de **SOS-e-Réputation**, Agence de e-réputation pour les entreprises : Les solutions pour sauver, protéger et défendre votre e-réputation sur le Net ! Il est également l’auteur de l’ouvrage « **Manuel du Social Media Marketing, Comprendre les réseaux sociaux** » coécrit avec le directeur digital Monde de la société Yves Rocher; et Sébastien Forest, président d’AlloResto.

**Interview sur Le risque réputationnel :
Comment anticiper et gérer son image de marque ?
Le 27 Janvier 2014**



Pour prévenir une crise réputationnelle, Laurent Rignault conseille aux entreprises d’utiliser les outils de veille et les mots clefs sur internet afin de pouvoir intervenir en temps réel en cas de problème et « montrer qu’on est toujours présent ». La transparence et la réactivité sont importantes: il faut toujours reconnaître au plus vite son erreur et expliquer la solution qu’on y apporte. « Un des éléments d’une stratégie bien mesurée, c’est d’avoir des ambassadeurs, des internautes qui vont parfois recréer l’équilibre et la justesse de l’information ».

Un dernier conseil pour désamorcer cette situation de crise: « pouvoir prévenir le degré de prévisibilité sur certains sujets ». C’est-à-dire préparer des réponses si l’avis du public se met en place et répondre au cas par cas. Pour un retard de livraison par exemple, ne pas hésiter à expliquer aux clients que cela est dû à une mauvaise circulation et non à une mauvaise gestion.

Vous aussi faites appel à des Experts pour définir, mettre en oeuvre vos stratégies de e-réputation sur Internet et les réseaux sociaux.