LA FABRIQUE DE L'EXPORTATION

Masterclass du 17 février 2022

Préserver sa e-réputation : le nouveau challenge des entreprises à l'international

- Mona Shehata, docteure en sciences de l'information et de la communication

Les recommandations stratégiques de La Fabrique de l'Exportation

01 — DÉCRYPTAGE

Comprendre les facteurs socio-culturels du pays

Rester impartial sur les sujets politiques, religieux ou ethniques évite qu'une simple blague dégénère en crise d'e-réputation.

02 — OBSERVATION

Étudier les comportements sur les réseaux sociaux

Suivre les groupes privés et les échanges entre consommateurs éclaire leurs choix d'achat et les signaux faibles à surveiller.

03 — VEILLE

Mettre en place une veille socio-culturelle continue

Anticiper les rumeurs suppose de suivre les tendances, les fêtes religieuses et les pratiques des concurrents locaux.

04 — FORMATION

Former les employés à l'usage professionnel des réseaux

Un programme interne réduit le risque de faux pas capables de heurter les consommateurs locaux.

05 — SURVEILLANCE

Surveiller en continu les pages officielles

Bien connaître les influenceurs qui parlent de l'entreprise permet de réagir vite dès le déclenchement d'une rumeur.

06 — ANTICIPATION

Élaborer des scénarios de crise en amont

S'appuyer sur des cas réels aide à préparer la réponse si un ingrédient ou un produit est attaqué publiquement.

07 — PRUDENCE

Éviter le démenti qui renforce la rumeur

Les biais de confirmation dans les chambres d'écho peuvent transformer un démenti maladroit en amplificateur.

08 — GOUVERNANCE

Confier la gestion de crise aux équipes locales

Les équipes sur le terrain comprennent mieux les ressorts culturels et sont les mieux placées pour répondre.