BERTRAND JOUVENOT
DOPEZ VOTRE
STRATÉGIE
DIGITALE
72 fiches pratiques
Éditions
EYROLLES

INTRODUCTION

Mise en bouche

Cette recette digitale est extraite du livre *Dopez votre stratégie digitale* de Bertrand Jouvenot.

Un livre comprenant près d'une centaine de recettes digitales, destinées à vous aider à tout savoir préparer, de l'entrée au dessert, depuis la digitalisation de l'entreprise, la stratégie, le management, jusqu'à l'innovation et le produit, en passant par le marketing et à la mesure....

Découvrez ici, l'une des recettes revisitée par nous, rien que pour vous.
#DVSD

Bonne dégustation !

Bertrand Jouvenot

FICHE N° 50

L'arbre de décision du social media

TEMPS • plusieurs semaines
NOMBRE DE PERSONNES • 2 à 10
DIFFICULTÉ • ★

Présentation

Les entreprises ont toujours eu une réputation. Le numérique amplifie le phénomène en leur conférant désormais une e-réputation qu'elles s'efforcent de piloter avec des outils de *social listening*.

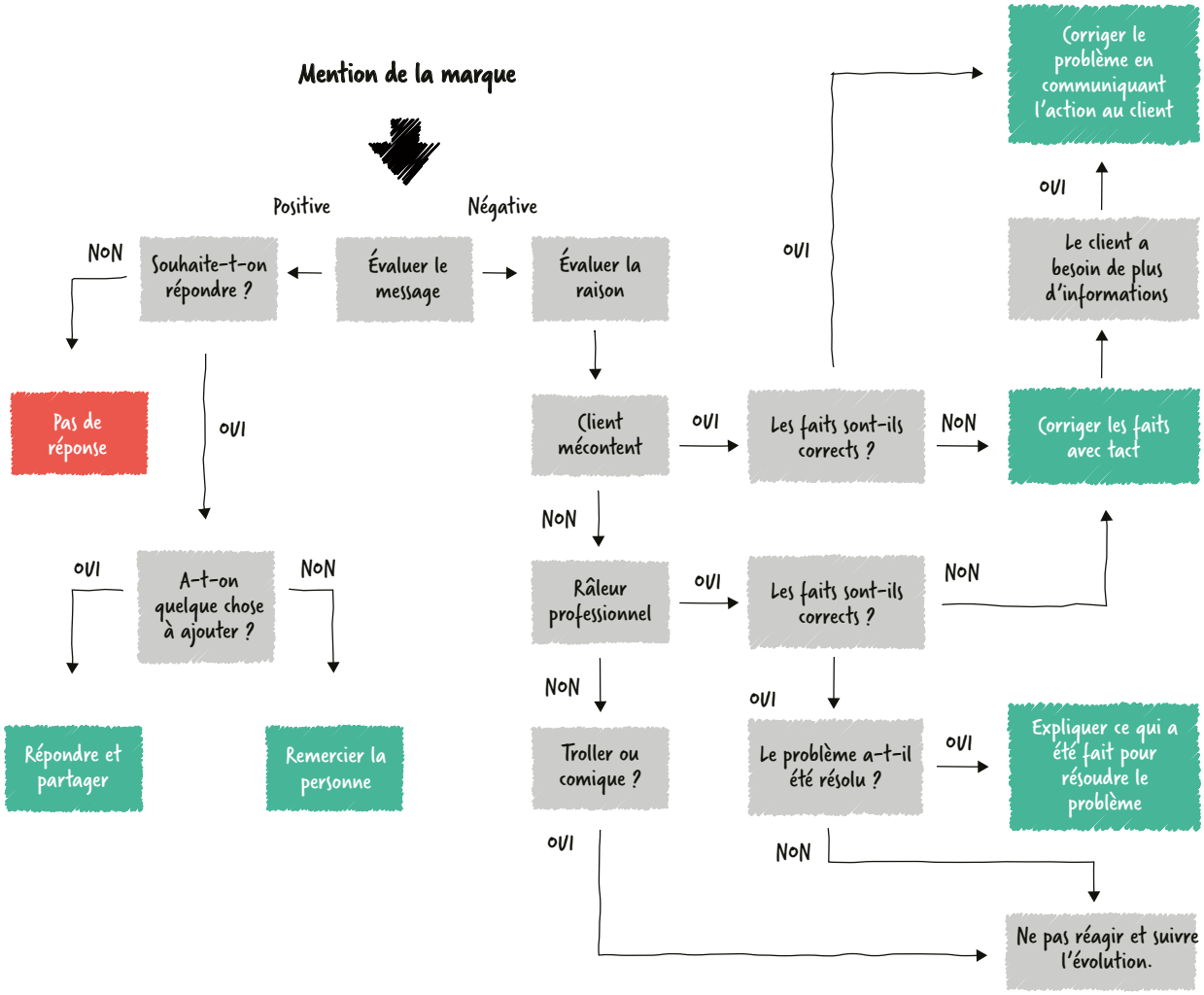
Par-delà les informations fournies par cette nouvelle forme d'audit, il convient pour l'entreprise d'adopter la bonne posture et la bonne stratégie pour organiser sa réaction face aux commentaires, questions, critiques, attaques… dont elle peut désormais faire l'objet sur les réseaux sociaux. L'arbre de décision appliqué à la gestion de l'e-réputation est une fiche précieuse puisqu'il révèle à lui seul les six éléments à prendre en considération avant chaque réponse à apporter :

- la nature de la source (influenceur, journaliste, procédurier, client) ;
- la situation à laquelle l'entreprise ou la marque est confrontée (simple mention, critique, attaque reprise par d'autres internautes) ;
- la source d'influence dont a fait l'objet l'émetteur du message (article de presse, résultat d'une étude, rumeur) ;
- le niveau de risque pour l'entreprise ;
- la réaction à avoir (vérifier, répondre, contester, présenter des excuses) ;
- la personne en charge de la réponse (social media manager, responsable de service, directeur de la communication).

Cette fiche ne peut être mise en place qu'avec un minimum d'historique sur la relation entre la marque et les réseaux sociaux.

POUR ACCOMPAGNER
Cette fiche pourra être combinée avec le management agile.

72 fiches pratiques_LIVRE.indb 270 29/07/2019 14:20:32



ORGANISER SA RÉACTION FACE AUX MESSAGES ISSUS DES MÉDIAS SOCIAUX

Source : Vincent Ducrey, Emmanuel Vivier, Le guide de la transformation digitale, *Éditions Eyrolles, 2017.*

72 fiches pratiques_LIVRE.indb 271 29/07/2019 14:20:32

Ne pas répondre à quelqu'un qui vous adresse la parole est impoli, même quand on est une marque de renom et encore plus sur les réseaux sociaux.

Attention

- La fiche conduit à adopter une approche défensive des réseaux sociaux et ne doit pas faire oublier qu'ils peuvent être abordés plus proactivement.
- En mettant l'accent sur les risques, elle occulte le fait que résoudre le problème d'un client est parfois la meilleure et la moins chère des façons de le fidéliser.

Au sommaire

◊ Objectif

FOURNIR à l'entreprise une méthode pour structurer et organiser sa réaction vis-à-vis des commentaires dont elle fait l'objet sur les réseaux sociaux.

REPRENDRE le contrôle de son destin sur les médias sociaux.

ISOLER les interactions à risque.

◊ Contexte

La fiche est adaptée à une entreprise particulièrement exposée aux critiques.

Elle sera utile à une marque qui développe sa présence, plus proactivement, sur les médias sociaux.

Elle aidera à ramener la sérénité après une crise vécue sur les réseaux sociaux.

72 fiches pratiques_LIVRE.indb 272 29/07/2019 14:20:32

Préparation et mise en œuvre

◊ Étapes

1 Constituez un échantillon aussi représentatif que possible des différentes réactions concernant votre entreprise sur les médias sociaux.

2 Construisez votre arbre de décision.

3 Munissez-le d'une légende composée des couleurs correspondant aux individus mandatés pour intervenir à tel ou tel moment.

4 Faites apparaître sur l'arbre les références des messages types à apporter à côté de chaque action.

5 Complétez avec un processus précisant comment les collaborateurs, amenés à intervenir plus occasionnellement, seront informés qu'il leur faut intervenir.

◊ Méthodologie et conseils

- Il est préférable d'adapter vos messages de réponses types aux différents médias sociaux.
- Adaptez et améliorez les messages au cours du temps.
- Désignez les personnes habilitées à répondre à des messages types et faites-les s'entraîner.
- Passez par une phase manuelle de réponse aux commentaires, réactions, etc., c'est un très bon moyen de préparer et d'affiner l'élaboration de l'arbre de décision.
- Prenez le temps de régulièrement observer ce qui se passe, directement sur les réseaux sociaux, loin des rapports synthétiques fournis par les fiches de social listening, cela s'avère souvent riche en enseignements (sur un blog).

OBSERVATIONS

La fiche est relativement facile à utiliser.

Elle est peu coûteuse.

Particulièrement claire et pédagogique, elle est facile à présenter à un groupe de collaborateurs désignés pour répondre aux commentaires, critiques, attaques…

72 fiches pratiques_LIVRE.indb 273 29/07/2019 14:20:33

Ça vous à plus ?

Pour vous régaler encore, avec près d'une centaine d'autres recettes digitales, passez la commande

Commander ici

www.jouvenot.com

CONCEPTION GRAPHIQUE, ICONOGRAPHIE & MISE EN PAGES

nun { design & arts graphiques }

WWW.NUNDESIGN.FR

NUN.ARTSGRAPHIQUES

NUN.DESIGNGRAPHIQUE