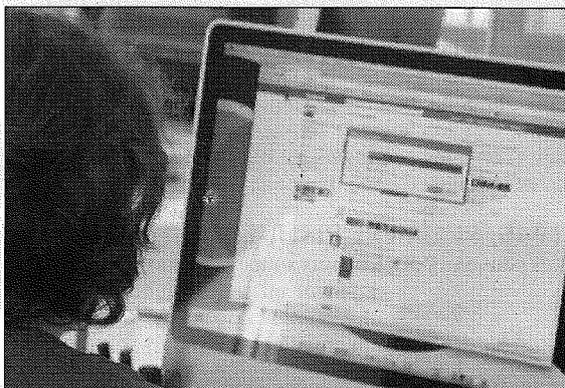


Une vraie réputation

NOUVELLES TECHNOLOGIES Comment s'y prendre et qu'attendre des réseaux sociaux ? Jean-David Rezaïoff en a vanté les vertus auprès des chefs d'entreprises du Lochois, le 12 avril.



Les entreprises commencent à apprivoiser les réseaux sociaux pour susciter de la sympathie sur leurs marques.

« Vous pouvez vous méfier et dire : tout ça n'est pas pour moi. Mais de toutes façons, il y a des gens qui parleront de vous, de votre entreprise. Alors c'est peut être aussi bien de participer au débat. » Convaincu, convaincant, Jean-David Rezaïoff, de la société tourangelle WomUp a expliqué à une trentaine de chefs d'entreprises, réunis par Sud Touraine Entreprises le 12 avril, l'opportunité que représentent les réseaux sociaux.

PLUS EFFICACE QUE LES SONDAGES

Facebook (20 millions de membres en France sur 37 millions d'Internauts) met en relation des personnes privées. L'expérience montre que, sans se substituer aux relations physiques entre les personnes, le réseau multiplie les contacts entre des gens qui se connaissent. On partage plus, à d'autres moments, d'autres choses... une prolongation de la relation.

Les réseaux professionnels tels que Viadeo (2,5 millions de membres), LinkedIn ou Mon Réseau Business (600 entreprises connectées depuis la création il y a six mois dans le Centre) ont d'autres vertus. « La Chambre

de métiers a créé une communauté de 1 200 fans de chocolat en dix jours. Après avoir été au salon du Chocolat, ils ont livré leurs réactions sur le réseau. Un feed-back énorme qu'une enquête n'aurait pas permis de collecter. »

Règle d'or des réseaux, vous recevez autant que vous donnez. « Si vous publiez régulièrement de l'information intéressante, vous allez susciter de l'intérêt; créer une audience. En retour, on parlera de vous, de votre secteur, de vos concurrents... Vous serez en permanence connecté à votre marché. »

Suprême qualité : avec un peu de pratique, vous parviendrez à adresser des messages à des cibles très précises. Ici, le marketing n'est pas du martelage, mais plutôt à dose homéopathique et par empathie. « 60 % des gens font confiance à un produit qu'on leur recommande ; 90 % si c'est un ami qui leur en parle. » Voilà pourquoi il est profitable de créer un flux de sympathie et d'intérêt autour de votre société et de constituer, via les réseaux un groupe « d'ambassadeurs » de votre marque... qui à leur tour, convaincront de futurs clients.

TRANSPARENCE DE RIGUEUR

Langues de bois, s'abstenir : pour en tirer le meilleur parti, il vous faudra apprendre à encaisser la critique, répondre aux mécontents, être transparent, dire la vérité...

Travail de longue haleine, qui nécessite un apprentissage, le réseau social est un outil nouveau qui nous tend les bras. Qu'il soit utilisé à l'intérieur ou vers l'extérieur de l'entreprise, il permet de donner la parole à de nombreuses personnes. « Au Japon, il est communément admis que chaque personne est légitime pour partager ou faire remonter de l'information », constate Jean-David Rezaïoff. Avec les réseaux sociaux, notre culture collective colbertiste a l'opportunité de s'ouvrir.

Bénédicte de Chivré

Pour en savoir plus :
WomUp, 02 47 801 31 95. www.womup.fr