

## ✓ Correction exercice chapitre 1 – Gestion de l'e-réputation

1.

L'e-réputation est l'image que renvoie une entreprise sur internet. Dans ce cas, un avis négatif concernant un défaut de produit a été massivement diffusé. Cela peut sérieusement nuire à la confiance des consommateurs envers la marque et compromettre ses ventes, surtout si elle reste silencieuse.

2.

- Ne pas avoir répondu rapidement à la critique.
- Ne pas avoir anticipé les retours des utilisateurs sur un nouveau produit.
- Manque de veille active sur les réseaux sociaux.

3.

- **Construire** : Lancer des contenus valorisant la qualité et les bénéfices écologiques du produit dès son lancement.
- **Surveiller** : Mettre en place une veille quotidienne sur les commentaires clients, les forums, les hashtags liés à la marque.
- **Protéger** : Réagir rapidement à l'avis négatif, proposer un échange ou un remboursement, et publier un message rassurant.

4.

- Le **social media manager** aurait dû anticiper une stratégie de communication en cas de retour négatif, surveiller les conversations en ligne, et coordonner la réponse officielle de la marque.
- Le **community manager** aurait pu intervenir rapidement en répondant directement à la cliente, en rassurant les autres internautes, et en modérant les commentaires.

5.

*"Bonjour [prénom de la cliente], merci d'avoir partagé votre expérience. Nous sommes sincèrement désolés que le produit n'ait pas répondu à vos attentes. Il ne s'agit pas d'une situation habituelle, et nous vous invitons à contacter notre service client pour un échange ou remboursement. Nous faisons remonter cette information à notre équipe qualité pour vérification. Merci de nous aider à nous améliorer."*