



Indice de réputation et d'image ARGUS – comprendre les moteurs de la satisfaction client

L'image des marques, des produits et des entreprises peut être un élément essentiel de la décision d'achat de clients potentiels. Tôt ou tard, une image négative aura des répercussions sur le chiffre d'affaires. L'image d'une marque est influencée entre autres par la couverture médiatique : elle a donc des conséquences directes et souvent significatives sur le comportement des clients. La présence médiatique peut influencer la satisfaction de clients aussi bien potentiels (consideration set) qu'existants. Si les clients sont déçus par les agissements d'une entreprise, leur confiance dans la marque ne fait que baisser et peut au final se traduire par un recul du chiffre d'affaires.

AINSI LA RÉPUTATION DES ENTREPRISES EST-ELLE ANALYSÉE AU MOYEN DE DONNÉES MÉDIATIQUES

Sa réputation est le bien le plus précieux d'une entreprise. Elle a donc tout intérêt à investir de manière ciblée dans sa réputation et à mettre en place un suivi continu, afin de garder en permanence un œil sur son évolution. Au moyen de l'**indice de réputation ARGUS**, nous identifions les thèmes et problématiques qui sont des moteurs de réputation, et leur degré d'influence sur la réputation d'une marque ou d'une entreprise. La mesure individuelle de la réputation (mesure réelle) permet de déterminer dans quelle mesure la réputation correspond effectivement au profil personnel (définition théorique), c'est-à-dire à la conception personnelle que vous en avez, et dans quelle mesure les objectifs de communication ont été atteints.

LA COUVERTURE MÉDIATIQUE INFLUENCE L'IMAGE ET LA SATISFACTION CLIENT

Pour comprendre comment les consommateurs perçoivent une marque, on a souvent tendance à mesurer la satisfaction client : une démarche laborieuse et coûteuse. La couverture médiatique nous permet d'identifier les facteurs extérieurs qui influencent l'image. L'**indice de réputation ARGUS** détermine dans quelle mesure la couverture médiatique exerce un impact sur l'image d'une marque. Dans le même temps, c'est aussi un instrument de travail utile pour les départements communication et marketing. Connaître les facteurs d'influence de la satisfaction client et les valeurs de l'entreprise en termes d'image favorise l'élaboration d'une stratégie de communication et de marketing plus ciblée et efficace.

ÉTUDE DE CAS

LA SATISFACTION CLIENT INFLUENCÉE PAR LES MÉDIAS

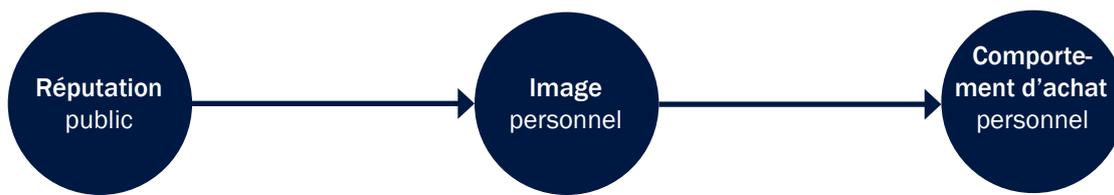
Il coule beaucoup d'encre dans la presse. Diverses parties prenantes donnent leur avis et il arrive parfois que votre marque soit influencée par des incidents de l'actualité mondiale auxquels on ne peut pas se préparer. Quand faut-il réagir, et à quelle vitesse ? Quels thèmes intéressent tout particulièrement mes clients et quels médias ont un impact direct sur mon groupe cible ?

ENQUÊTE DE SATISFACTION CLIENT

Dans le cadre de notre étude, nous avons analysé l'influence des thèmes véhiculés par les médias sur la satisfaction client auprès d'une grande entreprise nationale de B2C. Cette entreprise procède chaque jour à des entretiens afin d'évaluer la satisfaction client et nous a transmis 25 000 retours anonymes de clients ainsi que ses NPS (Net Promoter Score). Ces données nous ont permis d'identifier des corrélations entre des thèmes abordés par les médias et d'autres mentionnés par les clients.

PROBLÉMATIQUE

Quels thèmes induisent les meilleurs NPS, lesquels donnent lieu aux plus mauvais et lesquels sont insignifiants ?



RÉSULTATS ET INFORMATIONS-CLÉS

- Certains sujets technologiques sont associés à de l'innovation et sont donc perçus de manière positive, d'autres en revanche sont considérés comme impersonnels et ont donc une connotation négative. Certains thèmes ont un effet immédiat, tandis que d'autres ne sont perçus par le groupe cible qu'avec un léger décalage.
- Des différences régionales se sont dessinées entre les zones urbaines et les zones rurales en ce qui concerne la perception des thèmes.

Les informations-clés générées aident désormais l'entreprise à mieux utiliser les thèmes qui ont un effet positif dans son travail de presse quotidien. Elle a par exemple commencé à mettre à disposition des informations expressément destinées à certaines régions, alors qu'elle ne menait auparavant que des campagnes nationales.

L'indice d'image ARGUS a permis de déterminer l'influence directe sur la satisfaction client des moteurs médiatiques de réputation.

CE SERVICE VOUS INTÉRESSE ?

N'hésitez pas à nous contacter. Nous vous ferons parvenir une offre personnalisée sans engagement. Nous sommes à votre disposition pour toute question ou renseignement complémentaire, par téléphone au +41 44 388 82 10 ou par e-mail à mail@argusdatainsights.ch.