

N | A | T | I | O | N | A | L

Partenaire sûr. Regard neuf.^{MC}

Hypothèses raisonnables

Par John Crean, associé directeur national
Le Cabinet de relations publiques NATIONAL

L'importance de la recherche pour notre industrie n'a jamais été aussi manifeste. Nous pouvons maintenant accéder facilement à des quantités incroyables de renseignements en ligne qui, s'ils sont identifiés et interprétés correctement, peuvent fournir des données précises et une bonne compréhension de la situation, autant d'éléments à l'origine du succès des entreprises.

Notre rapport ***Regard neuf sur...***, lancé ce mois-ci, applique nos méthodologies de recherche uniques à l'étude d'un groupe imposant de Canadiens engagés, dans le but de mieux comprendre ce qui motive les achats et l'activisme. Nous avons utilisé notre méthodologie de recherche, la Consommation par conviction, afin d'analyser 2 500 sujets et 20 000 conversations tenues sur reddit. Nous aurions pu analyser de nombreuses autres tribunes en ligne, mais notre choix s'est arrêté sur reddit parce que les internautes qui consultent ce site Web sont des acheteurs précoces, des mordus de technologie et des artisans de la culture. Le site reddit.com, connu comme la « une » de l'Internet, donne un avant-goût des tendances à venir.

Le concept de Consommation par conviction repose sur l'idée selon laquelle les gens ne se contentent plus d'acheter quelque chose. Ils adhèrent à quelque chose. Cela signifie que les marques doivent s'acquitter d'un fardeau plus lourd; elles ne doivent plus uniquement mieux se comprendre elles-mêmes et parler de leurs produits/services, mais elles doivent aussi mieux comprendre les valeurs de leurs publics.

En quoi notre approche est-elle différente de ce qui se fait déjà dans le domaine de la recherche? Une grande partie de la recherche en matière de consommation est de nature rétrospective. Il s'agit, au mieux, d'un instantané de l'opinion d'un public donné à un moment précis; les spécialistes du marketing et les dirigeants d'entreprise espèrent que les opinions ainsi exprimées vont s'avérer justes à l'avenir. Le rapport *Regard neuf sur...* est le reflet de ce que pense maintenant la communauté reddit. Ce qui est encore plus important, comme notre méthodologie est fondée sur l'observation plutôt que sur les questions directes et compte tenu du type d'internautes participant aux conversations analysées, notre rapport se veut aussi un aperçu de l'avenir. C'est ce qui rend le rapport *Regard neuf*

N | A | T | I | O | N | A | L

Partenaire sûr. Regard neuf.^{MC}

sur... si intéressant! Les « redditeurs » sont des précurseurs en termes d'opinions. Vous voulez avoir une idée de ce dont les Canadiens vont parler au cours des mois à venir? Lisez reddit. Vous voulez avoir une idée des tendances? Lisez reddit.

Maintenant, quelles sont nos conclusions?

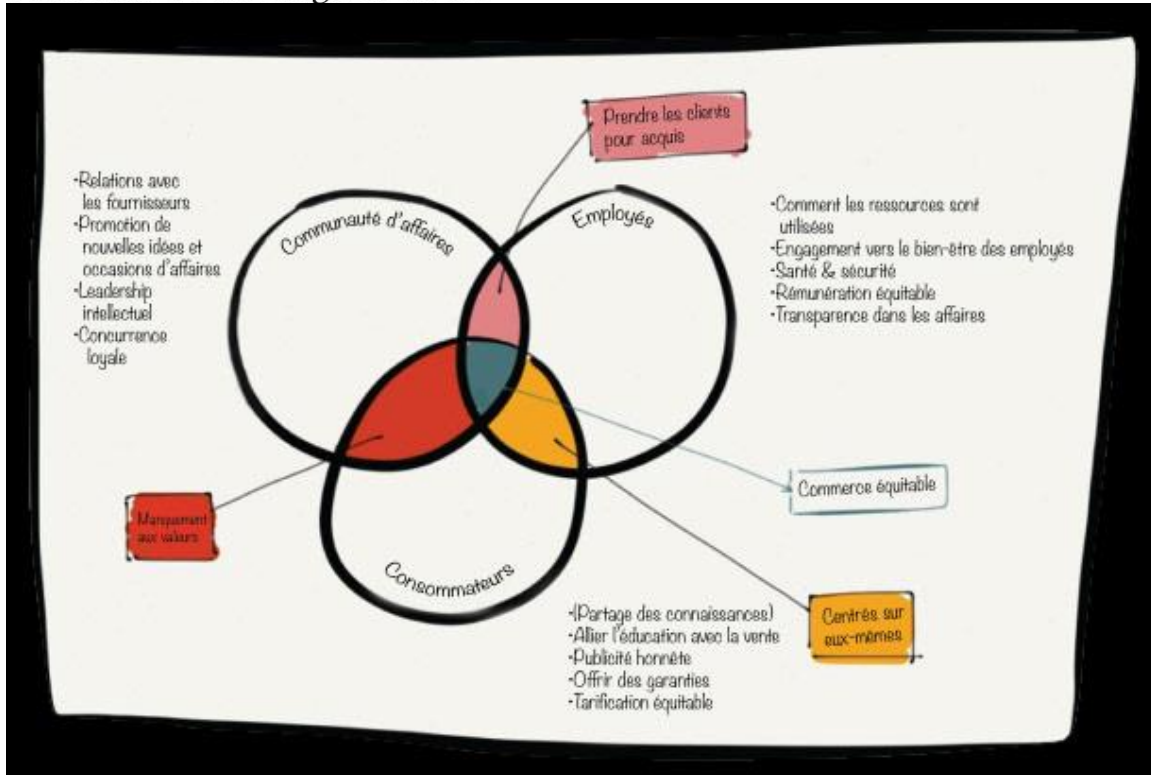
Notre équipe d'analystes formée d'experts en sciences sociales a conclu que 2015 sera l'année des comportements responsables. Les Canadiens se sont toujours souciés de ce facteur, mais cette notion est en train de devenir l'élément à l'aune duquel l'opinion publique évaluera les entreprises et les gouvernements. Cette constatation est importante, car nous savons que, de plus en plus, les consommateurs défendent, appuient et achètent les produits d'entreprises avec lesquelles ils ont l'impression de partager des croyances et des valeurs communes. C'est ce qui caractérise notre méthodologie liée à la Consommation par conviction.

Dans notre analyse, nous avons constaté qu'un pourcentage impressionnant, soit 82 pour cent, des redditeurs soulevaient la question des comportements responsables lorsqu'ils discutaient des entreprises et de leurs pratiques. Une entreprise n'a pas un comportement responsable quand il est question de prix ou de relations humaines? Les consommateurs vont le lui faire savoir en n'achetant pas ses produits ou en ne lui accordant pas leur appui. En 2015, les entreprises doivent passer en revue leurs décisions et leurs activités commerciales, afin de s'assurer qu'elles sont équitables et pondérées.

Pour nos conseillers, cela signifie qu'il faut traduire le concept de comportements responsables en mesures pratiques et applicables pour nos clients. À cet égard, afin de nous simplifier la tâche, nous avons créé la Formule des comportements responsables, afin de démontrer de manière simple comment les Canadiens perçoivent les comportements responsables dans trois facettes de l'engagement des entreprises, soit avec les employés; avec les clients et les consommateurs; et avec les partenaires commerciaux et le milieu des affaires.

N | A | T | I | O | N | A | L

Partenaire sûr. Regard neuf.^{MC}



La bonne nouvelle pour les entreprises est que les Canadiens croient qu'il est équitable pour celles-ci de réaliser des bénéfices et d'avoir du succès. Nos compatriotes veulent simplement savoir (et, par conséquent, les entreprises doivent être transparentes à cet égard) que les personnes en position de pouvoir n'exploitent pas leur situation dans leur intérêt personnel. Pour les consommateurs, avoir des comportements responsables signifie qu'une entreprise peut demander un prix concurrentiel pour un produit, offrir des garanties, investir dans la formation impartiale des consommateurs et dire la vérité dans ses annonces publicitaires et dans ses communications. Pour les employés, des éléments comme offrir des salaires concurrentiels, mettre l'accent sur la santé et sur la sécurité, et faire preuve de transparence quant aux activités sont vus à travers le prisme des comportements responsables. Enfin, ce concept des comportements responsables a aussi son importance dans les relations qu'une entreprise entretient avec le milieu des affaires en général et avec ses partenaires commerciaux. Cela pourrait signifier qu'il faut privilégier le leadership intellectuel et la concurrence loyale.

La communication est au cœur de la réputation. Les Canadiens veulent savoir si les entreprises agissent de manière responsable – les consommateurs ne peuvent être au courant des actions responsables d'une entreprise s'ils ne s'inscrivent pas dans une stratégie proactive. À notre avis, des comportements responsables, combinés avec une communication responsable, constituent un avantage stratégique pour ceux qui adhèrent à

N|A|T|I|O|N|A|L

Partenaire sûr. Regard neuf.^{MC}

cette philosophie. Pour les entreprises, cela signifie joindre le geste à la parole et exprimer clairement ce que l'on fait. Le fondateur de notre firme, Luc Beauregard, aimait répéter aux clients qu'il faut d'abord savoir-faire, et ensuite, le faire savoir. En d'autres mots, prenez les bonnes décisions et faites-les connaître.