Comment gagner des followers, par Chrysler

Soumis par Christophe Patin
17-03-2011

Tous les constructeurs automobiles sont très présents sur les sites de réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter afin de se connecter avec leurs clients de demain mais aussi de le rester avec ceux d'aujourd'hui. Cependant, personne n'est à l'abri d'un dérapage...

"I find it ironic that Detroit is known as the #motorcity and yet no one here knows how to f**king drive"

"Je trouve qu'il est ironique que Detroit soit connu sous le nom de la "ville des moteurs", mais où personne se sait conduire", c'est ce que le compte de Chrysler à twitté la semaine passée à 7500 followers (ou "abonnés", en français !).

Ce dérapage a fait un peu crisser quelques dents outre-Atlantique et Chrysler a rapidement présenté des excuses, tout en expliquant à ses fans que le tweet provenait d'une agence publicitaire sous contrat, et que l'agence en question avait depuis licencié l'employé coupable.

En attendant, ce tweet a fait le buzz, et Chrysler a gagné de nombreux followers !

(NdlT: le dérapage a fait parler de lui et Chrysler a gagné des abonnés sur Twitter !)

Il n'empêche que cette affaire démontre le délicat équilibre à adopter dans la communication en ligne des grandes sociétés, et en particulier sur des médias de communications rapides, comme Twitter, où chaque message ne peut être validé par une chaine hiérarchique complexe.

Je profite de cet article pour vous rappeller que le Mopar Owner's Club aussi est sur Twitter, alors venez déraper avec nous !

Source: Droit-Finances.net