

# COMMUNICATION EN SITUATION DE CRISE : SÉCURISER SA E-RÉPUTATION



L'ACADÉMIE DES  
LEADERS PUBLICS

**Durée :** 1 journée, 7 heures

**Moyens pédagogiques :** études de cas, cas pratiques

**Publics visés :** En groupe, élus locaux, collaborateurs d'élus locaux

**Pré-requis :** aucun

**Les acquis recherchés :**

- ✓ Savoir s'adapter rapidement, évaluer la situation et réagir diligemment
- ✓ Préserver sa réputation digitale et maintenir des résultats positifs sur les moteurs de recherche

---

## OBJECTIFS DE LA FORMATION

- > Intégrer les réseaux sociaux dans sa veille et sa **stratégie de communication**
- > Apprendre à anticiper et/ou **gérer la crise** sur les réseaux sociaux et internet
- > Définir la crise, sa dynamique et ses conséquences pour l'image
- > **Gérer sa e-réputation** et éviter la contamination
- > Combiner les outils on line sur les media sociaux, « dark site », blog de crise, réseaux sociaux

---

## CONTENU PEDAGOGIQUE

### > Introduction à la e-réputation

Qu'est-ce que la e-réputation ?

Différences entre e-réputation, identité numérique, « corporate », « personal branding »

Les enjeux de l'e-réputation, le référencement naturel

### > Anticiper la crise

L'identification des parties prenantes et leurs réactions en situation de crise

La répartition des rôles : coordinateur, porte-parole, experts internes et externes

Anticiper et identifier les messages à délivrer

### > Établir une veille de son e-réputation

Prévenir les risques et recueillir de l'information

Organiser sa veille sur les médias sociaux, les outils

Organisation de la gestion de la e-réputation

### > Réagir à la crise

Mise en œuvre de la négociation face aux détracteurs

Connaître et identifier les profils de sa communauté Web