

# Communiquer en situation de crise : sécuriser sa e-réputation

🕒 1 journée / 6 heures

🎓 Pré-requis : aucun

## Pédagogie

Études de cas | Cas pratiques

## Public visé (10 à 15 participants)

En groupe, élus locaux, collaborateurs d'élus locaux

## 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 online sur les media sociaux, « dark site », blog de crise, réseaux sociaux



## CONTENU PÉDAGOGIQUE

- 🎓 **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 ; 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, 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