

01 FEVRIER 2019 / COOPHLM

GESTION DE CRISE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX



RAIZ : AGENCE D'ACTIVATION DIGITALE

RAIZ est une agence d'activation digitale et d'influence.

Nous sommes spécialisés dans la conception et la mise en place de stratégies de campagne et de communication en direction des citoyens et citoyennes et/ou des institutions autour d'un chemin conversationnel sur les réseaux sociaux.

Ces stratégies permettent de placer votre activité de communication ou d'influence dans les tendances des médias sociaux, au niveau local, national ou mondial, grâce à une équipe d'hacktivateurs® et hacktivatrices®.

COMMUNICATION ET GESTION DE CRISE VIA LES MÉDIA SOCIAUX

Les réseaux sociaux prennent une place de plus en plus importante dans la vie personnelle et professionnelle. Ils connaissent un engouement auprès d'un public très varié.

Les crises qui en découlent prennent aussi des ampleurs importantes très vite.

LES CRISES SUR LES MEDIA SOCIAUX

Les règles du jeu ont changé.

C'est un phénomène de bouche à oreille 2.0 qui présente de multiples avantages, puisqu'à moindre coût, il touche un large public. Les entreprises doivent toutefois rester vigilantes.

CONNAISSANCE DES RS

Un réseau social permet à toute personne de rester en contact avec sa sphère familiale, amicale et professionnelle. Qu'elles soient proches ou éloignées de nous, il est parfois utile de réunir toutes nos communautés pour en retirer des avantages dont le premier est le « réseau ».



La gestion de crise sur les réseaux sociaux

Au-delà de la forte audience potentielle et de la possibilité de segmenter cette dernière, l'un des principaux intérêts des réseaux sociaux est la puissance de leur viralité. Nous rêvons toutes et tous d'une campagne massivement relayée sur les réseaux sociaux et de faire le buzz . Que faire face à un bad buzz?

1

LE VACCIN



« Ainsi, une règle essentielle de la stratégie consiste à : se préparer à déjouer une attaque, au lieu d'espérer qu'elle ne se produise pas. »
Sun Tzu, L'Art de la Guerre

DES HABITUDES AVEC SA COMMUNAUTÉ

- Partager régulièrement des contenus pertinents
- Entretenir le dialogue
- Se positionner comme un expert à l'écoute

VEILLE QUOTIDIENNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Détecter rapidement d'éventuelles menaces :

- Des rumeurs,
- Commentaires négatifs,
- Action mal interprétée...

Des outils tels que Hootsuite ou Visibrain peuvent vous aider à surveiller efficacement les réseaux sociaux.

DÉFINIR UN PARCOURS DE GESTION DE CRISE

- Désigner les personnes chargées de gérer la crise sur les réseaux sociaux en interne ou en externe
- Pouvoir s'adapter à chaque crise

Si malgré toutes vos précautions, un bad buzz se déclenche.

N'essayez surtout pas :

- De faire l'autruche
- De partir en guerre

Organisez stratégiquement votre réaction en suivant des règles préétablies.

Voici trois étapes pour une réponse efficace.

BIEN ÉVALUER LA MENACE DE FAÇON PRÉCISE

Ne pas perdre de temps pour éviter l'effet « boule de neige »

On estime à une heure max le temps pour qu'un bad buzz touche sa cible contre 6 pour une campagne normale.

MIEUX ADAPTER LA RÉPONSE

Pour mieux adapter le fond et la forme dans vos réponses, il faut bien comprendre:

- La nature du contenu : rumeur ou une information vérifiée
- L'influence des acteurs, leurs communauté, etc.
- L'étendue spatio-temporelle de la diffusion

PRÉPARER UNE RÉPONSE RAPIDE ET ADAPTÉE

- Gérer une crise via les réseaux sociaux est un combat. Il ne faut pas laisser nos détracteurs mener la danse.
- Vous devez prendre la parole dès que vous le pouvez, certes, mais sans confondre vitesse et précipitation.

LA TONALITÉ, COMME LE CONTENU

Les réponses doivent s'adapter à la situation – unique – à laquelle vous faites face -> donc pas de réponses générique.

- Être le plus transparent possible, tout en ne diffusant que des informations vérifiées.
- Expliquer la situation le plus clairement possible. Un message simple et factuel sera plus facilement partagé sur les réseaux sociaux.
- Ne jamais être sur la défensive ou dans le déni.
- Se montrer à l'écoute de vos interlocuteur·trice·s

VIGILANCE CONSTANTE

Une stratégie de gestion de crise ne s'arrête pas une fois les esprits apaisés. Si les critiques semblent s'être essouffées, personne n'est toutefois à l'abri d'un retour de flamme. Vous devez donc rester vigilant.e et poursuivre votre veille attentive sur les réseaux sociaux (notamment des hashtags utilisés par les critiques).

Un bad buzz doit aussi servir à ne pas reproduire les mêmes erreurs. Vous avez tout intérêt à identifier les points faibles et les points forts de votre stratégie marketing, pour la réajuster si besoin.



Thomas Porcher ✓
@PorcherThomas



Voilà où nous en sommes. Pour préserver leur profit, certains sont prêts à empoisonner des nourrissons. Un scandale.

#Lactalis

L'Obs ✓ @lobs

Laits contaminés par des salmonelles : Lactalis savait... et n'a rien dit
[ebx.sh/2lGi5oi](https://www.ebx.sh/2lGi5oi)



♥ 1,347 12:57 PM - Jan 3, 2018



💬 2,336 people are talking about this



LE SILENCE NE PAIE PLUS CAS LACTALIS

- En décembre 2017, les autorités sanitaires annoncent le rappel de certains produits Lactalis, contaminés par des salmonelles.
- Lactalis n'est pas sur les réseaux sociaux comme c'est souvent le cas dans l'agro-alimentaire et pharmaceutique.

POUR SE BATTRE IL FAUT EXISTER

Le groupe a finalement décidé de créer un compte Twitter (@groupe_lactalis) et de communiquer sur les réseaux sociaux, au moment de la diffusion d'une enquête de Cash Investigation à son propos, le 16 janvier en utilisant de faux comptes pour abonder dans son sens.

Loin d'être saluée sur les réseaux sociaux, l'initiative a plutôt fait un flop.

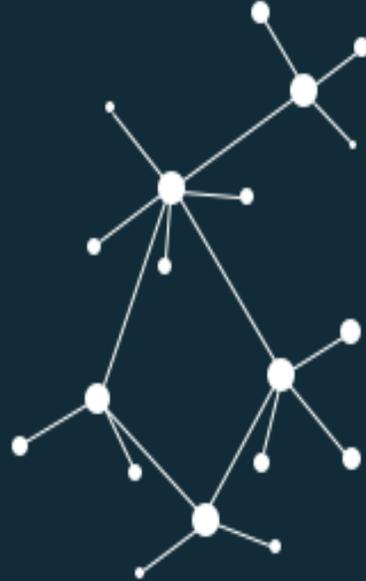
LES DON'T

- Ne pas utiliser les réseaux sociaux n'empêche pas l'existence de bad buzz
- Utiliser des faux comptes pour relayer ses propos est inutile et même dangereux (reconnaissables à leur faible activité)
- Attendre l'émergence d'une crise pour investir les réseaux sociaux donne l'impression d'une stratégie purement défensive et est très onéreux
- Faire le choix de formulations vagues plutôt que d'être totalement transparent

FORMES DE RÉSEAUX ET LEURS EFFICACITÉ EN CAS D'ATTAQUE



**RÉSEAU
CENTRALISÉ**



**RÉSEAU
DÉCENTRALISÉ**

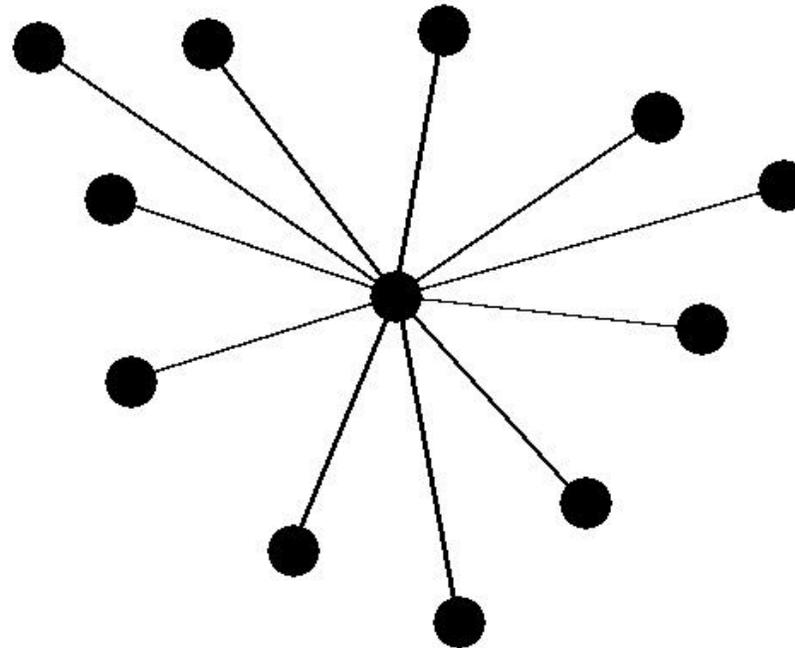


**RÉSEAU
DISTRIBUÉ**

Le réseau centralisé permet de faire une bonne communication institutionnelle et de travailler une communauté. Mais facile à cibler pour des attaques.

Le réseau décentralisé facilite la diffusion des bonnes pratiques à condition d'avoir des logiques de partages d'expériences non concurrentiel

Réseau en "étoile", ou centralisé





PARTIR DU BON CLIC

CONTACTS    

Baki Youssoufou

baki@raiz.fr

+33699828880

99 Rue de Stalingrad
93100 Montreuil

MERCI