

- Répondre
- Social listening
- Alerte rouge



EN CAS D'URGENCE – SUIVEZ LE PLAN DE CRISE EN 13 ÉTAPES

- Vraie crise ou simple fausse note ?**
Est-ce qu'un simple tweet peut régler le problème ? Ou est-ce qu'une crise à grande échelle se profile ?
- Suspendre les posts programmés**
Leur contenu est-il adapté ?
Un post de lancement de produit lorsque votre plateforme est inaccessible, des tweets amusants en pleine débâcle RP, des messages de mauvais goût en pleine crise internationale... À éviter absolument !
- Suspendre les publicités sponsorisées**
Selon le niveau de crise.
- Suspendre tous les e-mails marketing**
Selon le niveau de crise.
- Agiter le drapeau blanc - reconnaître publiquement qu'il y a eu un problème**
Nier ou faire comme si de rien n'était ne ferait qu'aggraver la situation et accroître la probabilité de perdre des clients.
- Plan de sortie de crise**
Formez votre équipe de gestion de crise – notez toutes les coordonnées afin de pouvoir réagir en 24 heures - et créez votre plan de sortie de crise.
- Donner des instructions aux responsables et aux cadres**
Travaillez avec les services juridique, RP et marketing et préparez des réponses appropriées aux questions des journalistes.
- Informez votre entreprise**
Selon le niveau de crise, tout le monde doit accorder ses violons en interne.
- Hâtez-vous lentement**
Votre but est de désamorcer une crise, pas d'en provoquer une deuxième. Pas de précipitation : vérifiez tout attentivement.
- Actualiser, actualiser et actualiser !**
Même si vous n'avez pas de nouvelles, prenez régulièrement la température auprès de votre audience.
- Apportez une réponse personnalisée aux personnes concernées**
Répondez à toutes les mentions avec une réponse personnalisée, jamais par une réponse automatique.
- Publiez une réponse officielle sur le site web de l'entreprise**
Selon le niveau de crise, publiez un message qui explique la nature du problème, la manière dont vous affrontez celui-ci et comment vous comptez faire pour éviter qu'il se reproduise.
- Ne pas baisser la garde**
Continuez d'être proactif, publiez des messages sur l'évolution du dossier et surveillez ce qui se passe.