



5ÈME ÉDITION

30 NOVEMBRE 2021

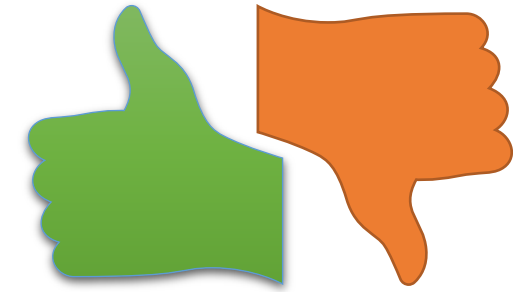
**Telecom
valley**



**Sophia
Security Camp**

Communication de crise

Laurence Allançon - Kyanite Conseil



Des exemples célèbres ... des tops et des flops

FINDUS, LA REDOUTE, NIKE, APPLE, TOYOTA, MATTEL,, ST GOBAIN, ALTRAN....

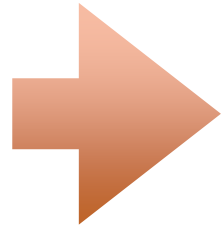


Qu'est-ce qu'une communication de crise ?

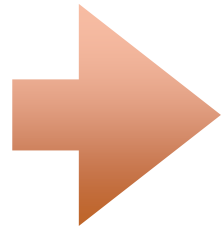
La communication de crise constitue l'ensemble des actions de communication entreprises pour lutter contre les effets d'un dysfonctionnement (accident, pollution, rappel de produits, cyberattaques...) qui affecte l'organisation et pouvant avoir des effets néfastes sur sa réputation, son activité, ses clients, ses fournisseurs ...



Les composantes de la communication de crise



La communication opérationnelle



La communication stratégique





Les 3 stratégies de communication

- **La reconnaissance : jouez la transparence pour gagner en crédibilité !**
- **La diversion: l'art de déplacer le débat**
- **Le déni de crise : l'entreprise ne communique pas**



Quand communiquer ?

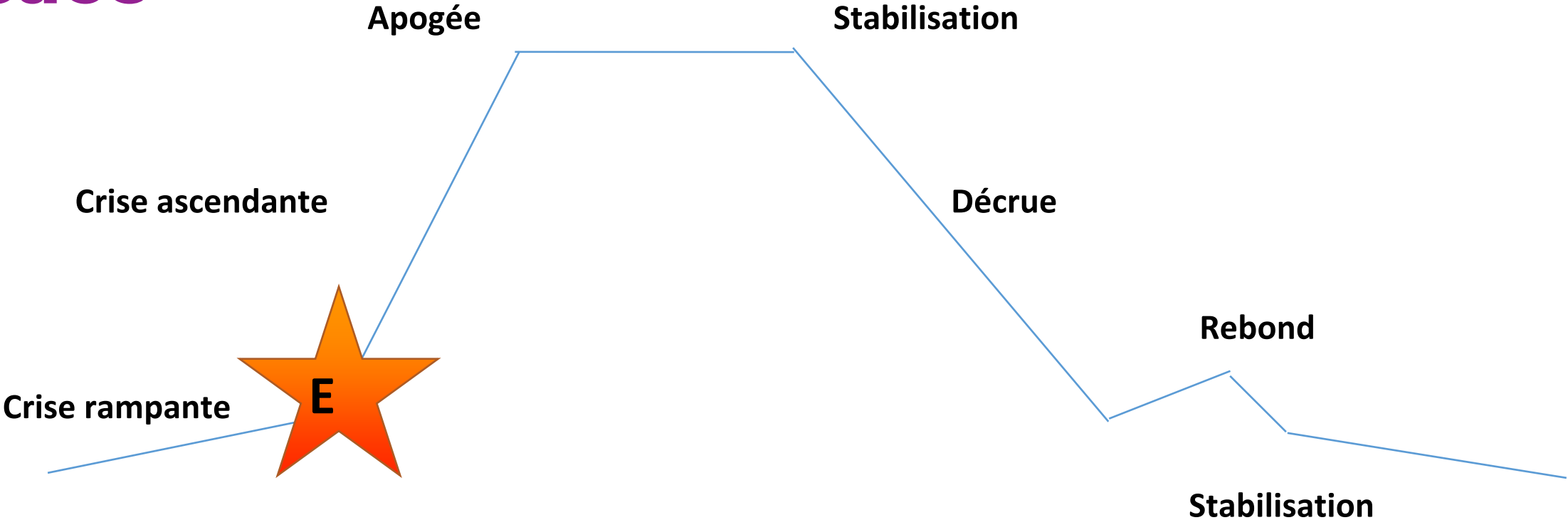


Se déclarer en crise trop tôt peut impacter négativement le comportement des clients, des actionnaires et des autres partenaires commerciaux.



Communiquer trop tard, peut porter un coup fatal à la réputation et à la valeur financière de l'entreprise sur les marchés boursiers.

Répondre à la crise : mettre en place une communication efficace

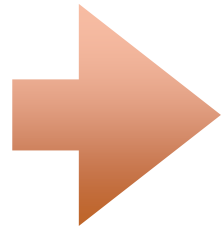




La crise impacte une série d'acteurs plus ou moins prioritaires dans votre communication !



Les victimes : cible prioritaire !

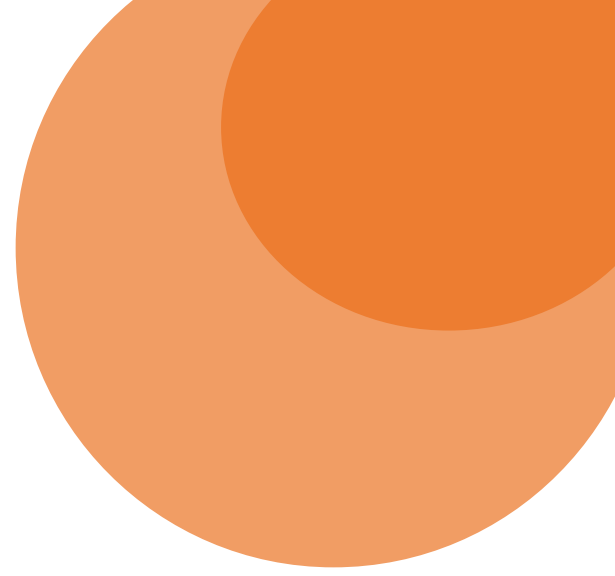


Les autres parties prenantes





La communication : pilier central de la gestion de crise



- « We know »**
- « We do »**
- « We care »**
- « We are sorry »**
- « We will be back »**

