



AIDE-MÉMOIRE DES ÉTAPES À SUIVRE EN GESTION DE CRISE

CISION

Nous recommandons d'utiliser cet aide-mémoire de 10 étapes pour vous guider tout au long de la crise de la COVID-19 en cours à mesure qu'elle se déroule. Utilisez-le avec le [plan de communication par excellence en situation de crise](#) de Cision pour compléter vos efforts dans la mise en place d'un plan de continuité des affaires.

IDENTIFIER LA CRISE QUI SE FORME ET ÊTRE PRÊT À RÉAGIR

- Consulter le plan de gestion de crise
- Recueillir tous les renseignements disponibles à l'interne et à l'externe

UTILISER VOTRE OUTIL DE VEILLE MÉDIATIQUE

- Vérifier si vos requêtes de recherche sont prêtes à être exploitées et ajouter tous les mots-clés relatifs à la crise
- Comparer la part de voix de la crise avec votre couverture de référence
- Consulter les informations relatives à votre veille les médias sociaux pour connaître la portée et l'engagement de la crise

PRÉVENIR VOTRE ÉQUIPE ET LUI FOURNIR LES INFORMATIONS À JOUR

- Veiller à ce que la chaîne de commandement et de communication soit claire
- Déterminer si votre équipe doit interrompre ses publications sur les réseaux sociaux, ses courriels aux clients, sa diffusion de contenu, etc.

METTRE AU POINT VOTRE MESSAGE

- Connaître les points de discussion à l'interne, au sein de l'équipe de direction, avec vos clients et dans les médias
- Désigner un porte-parole et une source fiable vers lesquels le trafic sera dirigé (p. ex., un billet de blogue)

PRÉPARER VOS ÉLÉMENTS LIVRABLES (AU BESOIN)

- Rédiger un communiqué de presse
- Préparer des messages à transmettre sur les réseaux sociaux
- Organiser une conférence de presse
- Préparer une stratégie de communication externe en continue en lien avec les activités reliées à la crises

ÉVALUER LA SITUATION AVEC VOTRE ÉQUIPE JURIDIQUE ET LES PRINCIPAUX INTERVENANTS

- Partager les informations pertinentes avec les dirigeants et les intervenants en position de prendre des décisions
- Consulter votre équipe juridique et/ou votre équipe de dirigeants avant de partager des communications externes

PARTAGER LES ÉLÉMENTS LIVRABLES

- Diffuser des communiqués de presse et publier des messages sur les réseaux sociaux (le cas échéant)
- Veiller à ce que votre porte-parole soit en mesure de s'exprimer clairement tout au long de la crise
- Transmettre des messages externes en continue à propos de votre progrès de gestion de la crise

ASSURER UNE VEILLE ADDITIONNELLE DE COUVERTURE ET DES RÉPONSES

- Surveiller de près les conversations sur les médias sociaux
- Relever les pointes au sein de votre veille médiatique
- Répondre aux différentes situations en lien avec la crise au besoin

RÉÉVALUER LA SITUATION

- Si la crise est contenue, vous pouvez pousser un soupir de soulagement
- Si ce n'est pas le cas, envisager d'entrer en communication avec certains journalistes ou influenceurs qui peuvent défendre de votre marque pour atténuer les répercussions négatives de la crise

DRESSER UN BILAN APRÈS LA CAMPAGNE

- Analyser les moments durant lesquels la crise fut gérée efficacement et les points à améliorer
- Mettre à jour votre stratégie de gestion de crise en vue d'événements futurs