



# CHECKLIST COMMUNICATION DE CRISE

CISION

Une crise peut arriver rapidement et vous devez être préparé. Cette checklist en 10 points a été réalisée pour vous guider lorsque cela arrive. Utilisez-là en parallèle au plan de communication de crise de votre entreprise pour vous assurer de ne rien oublier.

## IDENTIFIEZ LES SIGNAUX & PRÉPAREZ-VOUS À L'ACTION

Prenez cette fiche.  
Recueillez toutes les informations disponibles aussi bien en interne qu'en externe.

## UTILISEZ VOTRE VEILLE MÉDIAS

Assurez-vous que votre veille est bien paramétrée et ajoutez les mots clés liés à la crise.  
Comparez la part de voix de la crise par rapport à votre couverture média habituelle.  
Vérifiez la portée et l'engagement autour de la crise avec votre veille sur les médias sociaux.

## ALERTEZ L'ÉQUIPE & PARTAGEZ LES INFORMATIONS

Assurez-vous que la chaîne de décision et de communication est claire.  
Décidez si votre équipe doit suspendre certaines publications planifiées (réseaux sociaux, campagnes d'emailing clients, contenu web, etc...)

## DÉVELOPPEZ VOTRE COMMUNICATION

Maîtrisez les messages clés et pertinents venant de l'interne, de la direction, des clients et des médias.  
Identifiez un porte-parole et une source unique d'information vers lesquels rediriger le trafic interne et externe comme par exemple votre salle de presse en ligne ou votre page dédiée à la crise.

## PRÉPAREZ VOS MESSAGES (LE CAS ÉCHÉANT)

Préparez vos communiqués de presse.  
Préparez vos posts pour les médias sociaux.  
Préparez votre conférence de presse.

## CONSULTEZ L'ÉQUIPE JURIDIQUE & LES PARTIES PRENANTES

Signalez les informations pertinentes aux dirigeants et décideurs.  
Consultez l'équipe juridique et les dirigeants avant d'envoyer toute communication externe.

## COMMUNIQUEZ

Diffusez les communiqués de presse et les posts sur les médias sociaux (si cela est applicable).  
Assurez-vous que le discours de votre porte-parole est clair dans l'ensemble de vos communications.  
Orientez votre audience vers une source unique d'informations, qu'il s'agisse d'une page dédiée à la crise, un blog etc....

## PRATIQUEZ UNE VEILLE PLUS LARGE DES MÉDIAS & RÉSEAUX SOCIAUX

Soyez attentif aux discussions sur les réseaux sociaux.  
Vérifiez les pics de retombées de la couverture médias.  
Répondez quand et où cela est approprié.

## RÉÉVALUEZ LA SITUATION

Si la crise est contenue, respirez sereinement.  
Sinon, envisagez de contacter certains journalistes ou influenceurs sous un angle qui pourra aider à atténuer la crise.

## EFFECTUEZ UN EXAMEN POST-CRISE

Analysez où vous avez géré la crise efficacement et où il y a matière à amélioration.  
Mettez à jour votre plan de communication de crise pour les événements futurs.