Réseaux sociaux / Médias sociaux / Community Management

Communication de crise sur les réseaux sociaux

2 jours (14h00) | 4,6/5 | RESOC-3712822 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 750 € ht

Formations Digital & Multimédia › Réseaux sociaux et content strategy : faites de votre marque un média › Réseaux sociaux / Médias sociaux / Community Management

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Définir ce qu'est le bad buzz, d'où il peut provenir
- Identifier les startégies à adopter pour bien répondre à une crise sur les réseaux sociaux
- Mettre en place des process en amont des crises et comprendre comment réagir lorsque la crise survient

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Pratique régulière des réseaux sociaux.

Public concerné

Professionnels de la communication, du marketing et des médias.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Comprendre les risques de réputation sur les réseaux sociaux

- Distinguer les leviers de présence des marques : publications organiques, contenus sponsorisés, influence et contenus des utilisateurs.
- Identifier les attentes des publics : écoute, cohérence, transparence et qualité des réponses.
- Distinguer commentaire négatif, polémique, mobilisation collective et crise de réputation.
- Repérer les origines possibles : expérience client, prise de parole, campagne, partenariat ou incident interne.
- Analyser les mécanismes d'amplification entre communautés, créateurs de contenus et médias.
- Évaluer les conséquences possibles sur la confiance, l'activité et les relations avec les parties prenantes.

Exercice pratique : *comparer plusieurs controverses et identifier leur déclencheur, leurs relais et leur évolution. Qualifier la gravité de chaque situation et justifier la nécessité d'une réponse.*

Anticiper et préparer son dispositif de crise

- Cartographier les sujets sensibles et construire des scénarios de risque.
- Organiser une veille et définir les signaux nécessitant une alerte.
- Clarifier les rôles : communication, community management, direction, service client et fonctions expertes.
- Préparer les circuits de décision et de validation pour répondre rapidement.
- Formaliser une politique de modération distinguant critique, provocation, harcèlement et menace.
- Préparer des messages d'attente, des questions-réponses et des modalités de contact.
- Définir les conditions de maintien, d'adaptation ou de suspension des publications programmées.

Exercice pratique : *construire une fiche réflexe pour un scénario sensible : signaux d'alerte, interlocuteurs, premières vérifications, circuit de validation et message d'attente.*

Analyser la situation et choisir sa réponse

- Vérifier les faits, l'origine des publications et la chronologie des événements.

- Évaluer l'ampleur, la vitesse de diffusion et les préoccupations exprimées.
- Distinguer les faits établis, les accusations et les informations encore incertaines.
- Choisir entre réponse individuelle, prise de parole publique, correction ou surveillance.
- Adapter le ton et le niveau de détail à la situation.
- Désigner un porte-parole légitime et coordonner les réponses entre les canaux.
- Reconnaître les difficultés avérées, expliquer les actions engagées et éviter les engagements impossibles à tenir.
- Modérer selon des règles explicites, sans supprimer une critique au seul motif qu'elle est négative.

Exercice pratique : *participer à une simulation de crise alimentée par des publications successives. Analyser les nouveaux éléments, décider des actions et rédiger les réponses adaptées à chaque étape.*

Suivre la crise et tirer les enseignements

- Observer l'évolution des conversations et la reprise des messages.
- Ajuster la réponse selon les faits nouveaux et les retours des publics.
- Informer les équipes et assurer la cohérence des prises de parole.
- Communiquer sur les suites concrètes et les mesures correctives.
- Organiser un retour d'expérience : décisions, délais, coordination et résultats.
- Mettre à jour les procédures, les messages et les besoins de formation.

Exercice pratique : *réaliser le bilan de la simulation et proposer trois améliorations du dispositif. Préparer une communication de suivi présentant les actions engagées.*

Tout au long de la formation : *études de cas, analyses de prises de parole et mises en situation pour éprouver ses décisions et ses réflexes.*

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

- Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.
- Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.