

Gestion de la cancel culture et des boycotts digitaux pour marques

Lien : https://innov-maroc.com/formation/gestion-de-la-cancel-culture-et-des-boycotts-digitaux-pour-marques

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
COM173

CATÉGORIE
Communication de Crise et Gestion Réputationnelle

INNOV MAROC

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les mécanismes de la cancel culture et des boycotts digitaux.
- Identifier les facteurs pouvant déclencher une crise réputationnelle.
- Mettre en place une veille efficace des signaux faibles sur les plateformes digitales.
- Évaluer rapidement la gravité, la portée et le potentiel de viralité d’une controverse.
- Construire un dispositif structuré de gestion de crise digitale.
- Définir les procédures d’alerte, d’escalade et de prise de décision.
- Élaborer des réponses rapides, transparentes et cohérentes.
- Gérer efficacement les interactions avec les clients, communautés, influenceurs et médias.
- Protéger l’image et les intérêts de la marque pendant une campagne de boycott.
- Restaurer la confiance et reconstruire durablement la réputation après une crise.
- Utiliser les données et le social listening pour mesurer l’évolution de la perception.
- Développer une véritable culture de prévention et de résilience réputationnelle.

INNOV MAROC

POUR QUI ?

- Directeurs Communication
- Directeurs Marketing
- Responsables Communication de crise
- Responsables Communication Digitale
- Community Managers et Social Media Managers
- Brand Managers et Brand Directors
- Responsables E-Réputation
- Responsables Relations Presse et Relations Publiques
- Responsables Marketing et Expérience Client
- Dirigeants et cadres de marques fortement exposées au digital
- Responsables Juridiques et Compliance impliqués dans la gestion des crises
- Consultants en communication, réputation et gestion de crise
- Agences de communication et agences digitales
- Responsables de la veille stratégique et du social listening

INNOV MAROC



Programme détaillé

1 / Comprendre la Cancel Culture et les Boycotts Digitaux

- Définir les mécanismes de cancel culture, de boycott en ligne et de mobilisation numérique.
- Comprendre les facteurs sociaux, émotionnels et médiatiques qui favorisent leur émergence.
- Identifier leurs impacts potentiels sur l’image, les ventes et la confiance envers la marque.

2 / Identifier les Risques Réputationnels liés aux Réseaux Sociaux

- Repérer les sujets, pratiques et communications susceptibles de déclencher une controverse.
- Cartographier les parties prenantes : clients, salariés, influenceurs, médias et communautés.
- Évaluer la vulnérabilité réputationnelle de la marque selon son secteur et son exposition digitale.

3 / Mettre en Place une Veille des Signaux Faibles

- Surveiller les mentions, conversations, hashtags, avis et contenus émergents.
- Détecter rapidement les changements de sentiment et les phénomènes de viralité.
- Définir des seuils d’alerte permettant d’intervenir avant l’escalade.

4 / Évaluer la Gravité d’une Crise de Boycott

- Distinguer une polémique limitée d’une véritable crise réputationnelle.
- Mesurer la portée, la vitesse de propagation et l’engagement autour du sujet.
- Évaluer les risques commerciaux, médiatiques, juridiques et organisationnels.

INNOV MAROC

5 / Construire un Dispositif de Gestion de Crise Digitale

- Définir les rôles et responsabilités de la cellule de crise.
- Mettre en place des procédures d'alerte, d'escalade, de validation et de décision.
- Préparer différents scénarios de crise et plans de réponse.

6 / Élaborer une Réponse de Marque Rapide et Maîtrisée

- Choisir le bon moment, le bon canal et le bon niveau de prise de parole.
- Construire des messages transparents, factuels et cohérents avec les valeurs de la marque.
- Éviter les réactions impulsives, défensives ou susceptibles d'amplifier la controverse.

7 / Gérer les Communautés, Influenceurs et Médias

- Identifier les acteurs capables d'amplifier ou de désamorcer une crise.
- Organiser le dialogue avec les clients et communautés concernées.
- Coordonner la communication sur les réseaux sociaux, médias et plateformes digitales.

8 / Protéger la Marque tout en Préservant ses Valeurs

- Déterminer quand reconnaître une erreur, expliquer une décision ou présenter des mesures correctives.
- Construire une communication responsable sans tomber dans la confrontation avec les communautés.
- Transformer une crise en occasion de démontrer la capacité de la marque à écouter et évoluer.

9 / Piloter la Sortie de Crise et la Reconstruction de la Confiance

- Mesurer l'évolution du sentiment et de la perception après la crise.
- Restaurer progressivement la crédibilité auprès des clients et parties prenantes.
- Mettre en œuvre des actions correctives et une stratégie de reconquête de réputation.

10 / Prévenir les Futures Crises et Renforcer la Résilience de la Marque

- Analyser les enseignements et les erreurs commises pendant la crise.

INNOV MAROC

- Mettre à jour les chartes, procédures et scénarios de communication.
- Construire un système permanent de veille, de prévention et d’amélioration de la réputation.

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

01 au 05 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
29 Mars au 02 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
24 au 28 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
19 au 23 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca
13 au 17 Sep. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@innov-maroc.com
Web : https//www.innov-maroc.com

INNOV MAROC — Tous droits réservés