



# GÉRER ET RECONSTRUIRE SON E-RÉPUTATION APRÈS UN BAD BUZZ

## Réagir à un Bad Buzz : Les Règles Clés

- Garder son calme : Ne pas se précipiter, prendre du recul, rester calme et analyser la situation pour ne pas amplifier la crise en réagissant à chaud.
- Comprendre la source : Identifier l'origine et déterminer s'il s'agit d'une rumeur ou d'une vraie information.
- Identifier les acteurs : Qui sont ceux qui ont déclenché et relayé le "bad buzz" afin d'adapter la réponse.
- Rédiger une réponse : Des réponses claires, différentes selon les canaux, adaptées aux critiques, avec de l'écho et de l'information. Si l'entreprise est en tort, reconnaître ses erreurs avec empathie, transparence sur les solutions et se remettre en cause.
- Si la rumeur est infondée : S'adresser à la source et la dénoncer officiellement.
- Identifier les meilleurs canaux : Diffuser la réponse officielle via les réseaux, le site, ou un communiqué de presse si l'ampleur le justifie.
- Modérer les commentaires : Répondre à chaque commentaire négatif sur les plateformes et communiquer sur les médias traditionnels en cas de crise importante.
- Observer l'efficacité : Analyser la portée de la réponse et adapter la stratégie en fonction

## Réagir à un Bad Buzz : Les Règles Clés

- 1- La Technique du Cleaning
  - La loi Informatique et Libertés permet de demander la suppression de données diffusées illégalement.
  - Intérêt pour l'entreprise : s'adresser à l'internaute ou au webmaster du site en demandant la suppression du contenu, en précisant les raisons de l'atteinte à la réputation.
  - Attention : Ne pas supprimer les commentaires négatifs et polémiques directement pendant la crise, cela risque de l'amplifier. Attendre que la crise soit apaisée.
- 2-La Technique du Flooding
  - Créer ou relayer du contenu positif et neutre qui crée un "bruit" autour de la marque ou de l'entreprise et rend le contenu négatif moins visible.
  - L'objectif est que ces contenus positifs remontent dans les moteurs de recherche.
  - Certaines entreprises proposent des services de "nettoyage" de l'e-réputation.