



Communiqué de presse

Sortie du livre et de l'ebook "Communication de crise à l'heure des médias sociaux"

Un ouvrage qui apporte des réponses pragmatiques aux entreprises ou organisations soucieuses de préserver leur identité et leur e-réputation. Avec des exemples concrets de situations et de techniques de résolution de crise à l'ère du Web 2.0.

Paris, le 12 septembre 2012 – SpotPink, agence de communication, marketing et publicité, experte en médias sociaux, annonce la disponibilité du livre et de l'ebook "Communication de crise à l'heure des médias sociaux". Co-écrit par quatre spécialistes de la communication sur les réseaux sociaux, cet ouvrage se veut pragmatique et concret : à partir d'exemples de crises traversées par des marques connues, il décrypte les méthodes, les techniques et les outils utilisés pour gérer efficacement les différentes phases d'une crise à l'ère du Web 2.0.

La communication à l'ère du Web 2.0

Diffuser efficacement les bonnes informations aux bonnes personnes, au bon moment, conformément aux bons objectifs corporate et stratégiques, tout en prenant un minimum de risques (vis-à-vis de l'interne et de l'externe) est un exercice qui a toujours été délicat. Et qui le devient encore plus de par l'instantanéité, l'interactivité et la viralité des médias sociaux. Mais, comme le dit le proverbe français, « Qui ne risque rien, n'a rien. »...

Quelles sont les spécificités des nouvelles crises portées par le web ? Sommes-nous désormais davantage exposés aux risques de crise ? Quelles sont les similitudes et les différences de traitement entre une communication de crise sur le net et une communication de crise prenant racine en dehors du net ?

Médias sociaux : risques et opportunités

Co-écrit par Carole Blancot, Vincent Berthelot, Clément Pellerin et Henri Lefèvre, quatre spécialistes de la communication sur les réseaux sociaux, cet ouvrage aborde, de façon pragmatique, au travers de nombreux exemples de crises traversées par des marques connues, les méthodes, techniques et outils utiles pour gérer efficacement les différentes phases d'une crise médiatique à l'ère du Web 2.0.

Il fait intervenir de nombreux experts (journaliste, psychologue, avocat, enseignant, chercheur, ou encore policier). Et contient également des références à la norme FD X 50-253, Management des risques - Processus de management des risques - Lignes directrices pour la communication, publiée par l'AFNOR en mai 2011.

Cet e-book, aussi proposé au format broché, a reçu le label de l'Observatoire des Réseaux Sociaux pour avoir abordé les médias sociaux, comme source de risque, mais également comme vecteur de contact, de gestion de l'identité numérique, de l'e-réputation, bref, comme outil de communication de l'entreprise, lors de situations de crise.

Prix, disponibilité et jeu concours

Le livre est en vente au prix de 14,99 euros :

- Dans les librairies numériques [Apple](#), [Atramenta](#), [Amazon](#), [Kobo](#), [Bookeen](#), [Feedbooks](#), [FNAC](#) aux formats PDF, EPUB ou Amazon Kindle.
- Au format broché sur le site de l'éditeur : <http://www.atramenta.net/ebooks/communication-de-crise-medias-sociaux/21>



Un jeu concours est organisé du 5 au 30 septembre 2012 sur Facebook :

Chaque semaine un gagnant recevra un exemplaire gratuit de cet ouvrage, au format e-book :

https://www.facebook.com/SpotPink.Officiel/app_191382930957571

A propos des auteurs

Carole Blancot

Aujourd'hui Directrice Conseil de SpotPink, Carole Blancot a occupé des fonctions de consultante en RH, chef de produits, responsable marketing & communication et directeur marketing. Passionnée depuis toujours par la gestion des ressources humaines et les technologies de l'information associées aux processus de gestion des RH, elle s'intéresse aujourd'hui aux stratégies d'appropriation d'Internet par les entreprises. Elle est bloggeuse depuis juillet 2009 (<http://gestionpaiegrhquichoisir.com/> & <http://caroleblancot.com/>) et Community Manager de plusieurs marques. Elle est diplômée d'un M2 de psychosociologie clinique.

<http://www.spotpink.com/>

Co-auteure de l'ouvrage "Communication de crise à l'heure des médias sociaux"

Twitter @caroleblancot

Vincent Berthelot

Conseil en stratégie d'utilisation des médias sociaux, en interne et en externe, en particulier autour des RH et de la marque employeur, Vincent Berthelot anime également des rencontres, conférences et formations sur le 2.0. De formation RH et communication interculturelle, il a démarré le premier intranet RH dans un grand groupe de transport international en 1999 et posé les stratégies d'utilisation du web social et de l'intranet 2.0. Il est aussi enseignant associé au CELSA dans plusieurs Masters RH et responsable de la veille stratégique à l'observatoire des réseaux sociaux d'entreprise. Il est titulaire d'un DESS RH, et diplômé de Langues'O en communication interculturelle et thaïlandais.

Il a collaboré à plusieurs ouvrages sur le 2.0 en entreprise ou l'entreprise 2.0 :

Les médias sociaux expliqués à mon boss

Communication publique et incertitude

Co-auteur de l'ouvrage "Communication de crise à l'heure des médias sociaux"

Twitter @VinceBerthelot

Clément Pellerin

Social Media Marketer & Consultant chez Youseemii, il est le coauteur de deux livres blancs sur le Community Management & l'e-réputation. De formation E-business (ISC Paris), il est blogueur depuis 2010 sur les tendances du web social <http://www.clementpellerin.fr> et organise des conférences mensuelles sur des thèmes du web social.

Co-auteur de l'ouvrage "Communication de crise à l'heure des médias sociaux"

Auteur de l'e-book "Promouvoir sa marque sur les médias sociaux"

Twitter : @ClementPellerin

Henri Lefèvre

Consultant en conduite du changement au sein de la société Klee Group. De formation RH et Marketing (ESC Amiens Picardie), il s'intéresse particulièrement aux domaines du community management, du management des organisations et de l'administration numérique grâce à une veille quotidienne sur les médias sociaux. Il participe également au groupe de réflexion Technologiae ainsi qu'à l'animation de la communauté des anciens élèves de l'ESC Amiens sur les réseaux sociaux (ASCA).

Co-auteur de l'ouvrage "Communication de crise à l'heure des médias sociaux"

Twitter : @HenriLefevre

Pour accéder à la version en ligne de ce communiqué : <http://www.spotpink.com/?p=985>

Contact presse

Carole BLANCOT - Directrice Conseil

M : 06 50 86 29 33 - P : 06 50 26 65 17 - T : 09 81 26 67 17

carole.blancot@spotpink.com

www.spotpink.com