



Communication de crise à l'heure des médias sociaux



Télécharger



Lire En Ligne

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Communication de crise à l'heure des médias sociaux

Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre

Communication de crise à l'heure des médias sociaux Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre

 [Télécharger Communication de crise à l'heure des médias ...pdf](#)

 [Lire en ligne Communication de crise à l'heure des médi ...pdf](#)

Téléchargez et lisez en ligne Communication de crise à l'heure des médias sociaux Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre

Format: Ebook Kindle

Présentation de l'éditeur

Quelles sont les spécificités des nouvelles crises portées par le web ? Sommes-nous désormais davantage exposés aux risques de crise ? Quelles sont les similitudes & différences de traitement entre une communication de crise sur le net et une communication de crise prenant racine en dehors du net ? Cet ouvrage aborde, de façon pragmatique, au travers de nombreux exemples de crise traversées par des marques connues, les méthodes, techniques et outils utiles pour franchir efficacement les différentes phases d'une crise médiatique. Co-écrit par Carole BLANCOT, Vincent Berthelot, Clément Pellerin et Henri Lefèvre, il comporte des ressources précieuses pour aider les entreprises à préserver leur identité et leur e-réputation. Il est enrichi de la participation, sous la forme d'interviews, d'avis d'experts parmi lesquels journaliste, psychologue, avocat, enseignant et chercheur, policier. Il contient également des références à la norme FD X 50-253 (mai 2011) Management des risques - Processus de management des risques - Lignes directrices pour la communication, publiée par l'AFNOR.

Ce livre a reçu le label de l'Observatoire des Réseaux Sociaux pour avoir abordé les médias sociaux comme source de risque et comme vecteur de contact avec les marchés, l'identité, la e-réputation, la communication des entreprises. Les outils de monitoring sont également passés en revue dans un contexte où en 2012, les médias sociaux concernent 82 % de la population mondiale en ligne, soit plus de 1,2 milliard d'utilisateurs dans le monde. Aujourd'hui seulement 8 % des entreprises disposent déjà d'une charte dédiée ou bien d'un guide d'usage des médias sociaux et cet ouvrage s'adresse tant aux DRH qu'aux responsables communication et autres dirigeants. L'objet de ce livre est d'apporter des éléments de réponse aux questions que se posent les individus et les organisations, des exemples de situations et de techniques de résolution de crises à l'ère du 2.0

Présentation de l'éditeur

Quelles sont les spécificités des nouvelles crises portées par le web ? Sommes-nous désormais davantage exposés aux risques de crise ? Quelles sont les similitudes & différences de traitement entre une communication de crise sur le net et une communication de crise prenant racine en dehors du net ? Cet ouvrage aborde, de façon pragmatique, au travers de nombreux exemples de crise traversées par des marques connues, les méthodes, techniques et outils utiles pour franchir efficacement les différentes phases d'une crise médiatique. Co-écrit par Carole BLANCOT, Vincent Berthelot, Clément Pellerin et Henri Lefèvre, il comporte des ressources précieuses pour aider les entreprises à préserver leur identité et leur e-réputation. Il est enrichi de la participation, sous la forme d'interviews, d'avis d'experts parmi lesquels journaliste, psychologue, avocat, enseignant et chercheur, policier. Il contient également des références à la norme FD X 50-253 (mai 2011) Management des risques - Processus de management des risques - Lignes directrices pour la communication, publiée par l'AFNOR.

Ce livre a reçu le label de l'Observatoire des Réseaux Sociaux pour avoir abordé les médias sociaux comme source de risque et comme vecteur de contact avec les marchés, l'identité, la e-réputation, la communication des entreprises. Les outils de monitoring sont également passés en revue dans un contexte où en 2012, les médias sociaux concernent 82 % de la population mondiale en ligne, soit plus de 1,2 milliard d'utilisateurs dans le monde. Aujourd'hui seulement 8 % des entreprises disposent déjà d'une charte dédiée ou bien d'un guide d'usage des médias sociaux et cet ouvrage s'adresse tant aux DRH qu'aux responsables communication et autres dirigeants. L'objet de ce livre est d'apporter des éléments de réponse aux questions que se posent les individus et les organisations, des exemples de situations et de techniques de résolution de crises à l'ère du 2.0

Download and Read Online Communication de crise à l'heure des médias sociaux Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre #17D0P2BYZAL

Lire Communication de crise à l'heure des médias sociaux par Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre pour ebook en ligneCommunication de crise à l'heure des médias sociaux par Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre Téléchargement gratuit de PDF, livres audio, livres à lire, bons livres à lire, livres bon marché, bons livres, livres en ligne, livres en ligne, revues de livres epub, lecture de livres en ligne, livres à lire en ligne, bibliothèque en ligne, bons livres à lire, PDF Les meilleurs livres à lire, les meilleurs livres pour lire les livres Communication de crise à l'heure des médias sociaux par Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre à lire en ligne.Online Communication de crise à l'heure des médias sociaux par Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre ebook Téléchargement PDFCommunication de crise à l'heure des médias sociaux par Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre DocCommunication de crise à l'heure des médias sociaux par Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre MobipocketCommunication de crise à l'heure des médias sociaux par Vincent Berthelot, Carole Blancot, Clément Pellerin, Henri Lefèvre EPub

17D0P2BYZAL17D0P2BYZAL17D0P2BYZAL