

Gestion de crise

1. Réactivité et Prise de Parole (La Forme)

Vous devez comprendre les codes de 2026, rapidité et format adapté.

- Le Choix du Canal : Un simple communiqué de presse est insuffisant pour un bad buzz TikTok.
 - : Une réponse vidéo (le CEO ou le responsable pédagogique) postée en "stitch" ou en réponse directe sur les réseaux, montrant un visage humain et une posture de transparence.
 - : Une réponse uniquement par mail ou un post textuel froid sur LinkedIn.
- Le Timing : La note doit mentionner l'urgence (réponse dans les 2 à 4 heures).

2. Qualité du Message (Le Fond)

Le message doit reconnaître la maladresse de la méthode sans pour autant détruire la réputation du coach s'il est un atout de l'entreprise.

Proposer un message qui assume la "culture de l'exigence" mais fixe une limite claire sur le tolérable et la mise sous pression.

Le ton doit être direct. L'utilisation du "Je" est préférable au "Nous" institutionnel pour briser la barrière de l'écran.

3. Actions Concrètes (Prévention)

Vous devez transformer l'incident en opportunité d'amélioration.

Exemples :

- Charte éthique : Création d'un cadre strict approuvé de tous.
- Formation des coachs : Module sur la gestion du cadre pédagogique.
- Transparence : Publier les coulisses d'un "vrai" cours pour montrer la bienveillance habituelle.

Gestion de crise

4. Stratégie à 6 mois (Restauration de la confiance)

Une crise ne s'oublie pas, elle se dilue dans de nouvelles preuves de valeur.

Phase	Objectif	Action type attendue
Mois 1-2	Preuve de changement	Live/stream de cours sans montage pour montrer la réalité du terrain.
Mois 3-4	Valorisation des élèves	Campagne de témoignages d'anciens élèves sur leur progression et le respect des coachs.
Mois 5-6	On se pose en leadership d'opinion	Organisation d'une conférence sur "L'enseignement de l'humour bienveillant".