ANALYSE DE VULNÉRABILITÉ RÉPUTATIONNELLE + Indice de résilience réputationnelle

Votre réputation est plus fragile qu'elle n'y paraît!

La vraie question n'est pas de savoir si un enjeu sensible peut survenir, mais plutôt quand?

L'autre vraie question qui suit… Est-ce que votre organisation est réellement prête à protéger sa réputation lorsqu'il survient?

Quand agir?

Avant qu'un signal faible devienne un enjeu public. Avant qu'une hésitation interne ne ralentisse la réponse. Avant qu'un incident mal géré ne coûte plus cher en crédibilité qu'en opérations.

Pourquoi envisager cette analyse?

- Pour obtenir rapidement un portrait clair de vos vulnérabilités réputationnelles.
- Pour repérer les angles morts qui pourraient compliquer la gestion d'un enjeu.
- Pour démontrer un leadership responsable en matière de prévention et de préparation.
- Pour gagner en tranquillité d'esprit en sachant mieux où agir et quoi prioriser.
- Pour amorcer une démarche structurée sans lancer d'emblée un mandat lourd ou complexe.

Ce que vous gagnez concrètement

Tranquillité d'esprit

Une meilleure lecture des fragilités réelles et des points à sécuriser.

Préparation responsable

Une démarche qui aide à voir venir, décider plus vite et mieux se coordonner.

Leadership crédible

Un signal clair envoyé à la direction, au CA ou aux partenaires : la réputation se gère, elle ne s'improvise pas.

Décisions mieux ciblées

Des priorités d'action utiles, plutôt qu'une liste de bonnes intentions.

En bref : une première étape simple, rapide et utile pour savoir si votre organisation est prête à faire face à un enjeu qui pourrait affecter sa réputation.

Jean Gosselin
Stratège en communication corporative

514 757-9092
jean@jeangosselin.com
www.jeangossselin.com

Une démarche simple, rapide et orientée vers l'action

Ce que comprend l'offre

L'Analyse de vulnérabilité réputationnelle est un diagnostic stratégique court et ciblé qui permet de cerner les principales sources d'exposition, les facteurs d'amplification, la capacité de réponse et les actifs de résilience d'une organisation ou d'une personnalité publique. Cette analyse n'évalue pas la réputation, mais bien la capacité à la protéger

Déroulement en trois étapes

Étape	Contenu	Résultat
1. Questionnaire préliminaire en ligne (20 à 25 minutes)	Questionnaire principalement factuel avec choix de réponses, échelles de Likert et quelques questions ouvertes.	Premier portrait des vulnérabilités et identification de pistes d'intérêt en préparation de l'entrevue de travail.
2. Entrevue de travail en personne (2 à 3 heures selon le nombre de participants)	Rencontre structurée pour nuancer, creuser et valider les constats.	Lecture stratégique plus fine des risques, de la réponse et des angles morts.
3. Rapport et présentation (60 à 90 minutes pour la présentation)	Rapport synthétique, visuel et orienté vers la décision.	Indice global, constats, matrices et priorités d'action.

Ce que vous recevez

Un portrait structuré de vos principales vulnérabilités réputationnelles.

Un Indice de résilience réputationnelle pour une lecture rapide de la situation.

Deux matrices d'aide à la décision : criticité des enjeux et priorisation des actions.

Des pistes d'amélioration concrètes, sans lancer d'emblée une démarche trop lourde.

Pourquoi cette formule se distingue

- Elle combine lecture stratégique, simplicité d'exécution et rapidité d'action.
- Elle donne rapidement une base de discussion utile à la direction et au conseil d'administration.
- Elle permet d'agir de façon préventive, plutôt que d'attendre qu'un enjeu impose son rythme.

Vous souhaitez voir si cette approche pourrait convenir à votre organisation

Je vous invite à prendre rendez-vous afin d'en discuter plus en détail en cliquant sur ce lien : Prendre rendez-vous

Jean Gosselin
Stratège en communication corporative

514 757-9092
jean@jeangosselin.com
www.jeangossselin.com

Jean Gosselin est un communicateur d'entreprise



La gestion des réputations et de l'image, qu'il s'agisse d'une organisation, d'une marque ou d'un individu a toujours été au cœur de sa pratique.

Depuis le début de sa carrière, Jean Gosselin accompagne les organisations, marques et individus qui souhaitent tirer le maximum de leurs efforts et investissements en communication; que ce soit dans le cadre d'un programme régulier ou ponctuel de communication ou dans le contexte d'une gestion d'enjeux ou de crise.

Stratège en communication corporative, Jean Gosselin met son expertise en communication stratégique à contribution dans les secteurs de la communication d'entreprise, des affaires publiques, de la gestion d'enjeux et de crise ainsi que des relations publiques marketing.

Il offre ses conseils dans des dossiers soulevant des enjeux et intervient lors de situations de crise engendrées par l'évolution d'enjeux, des événements fortuits ou des échanges sur les réseaux sociaux. Il a notamment conseillé des organisations ayant des enjeux de relations de travail dans différents secteurs d'activités (manufacturier, commerce de détails, industrie, services publics).

Au fil de sa pratique, il est intervenu dans plusieurs secteurs de l'activité économique et sociale permettant de développer une compréhension plus précise des différents milieux, types d'organisation et industries. Il a conseillé des organisations privées, publiques et parapubliques œuvrant dans le commerce de détail, la grande entreprise, les secteurs du tourisme et de la récréation, le secteur financier ainsi que dans les milieux associatif, philanthropique, sportif et culturel.

Après avoir amorcé son parcours professionnel auprès d'organismes du milieu du sport et du loisir, Jean Gosselin a connu, pendant près de 14 ans, une fructueuse carrière au sein du plus important cabinet de relations publiques au Canada où il était Vice-président, Affaires publiques à son départ.

Il a par la suite réalisé un mandat au Comité olympique canadien pendant un peu plus d'un an où il a conseillé le président et la haute direction en matière de gestion d'enjeux, de communication stratégique et de relations gouvernementales. À partir de 2012, il a poursuivi sa carrière comme consultant autonome avant de se joindre à l'Institut national du sport du Québec où il a été Directeur, Communication et Marketing de 2020 à 2025.

Il est membre agréé (ARP) de la Société canadienne des relations publiques et détient le titre de Professionnel en relations publiques (PRP) accordé par la Société québécoise des professionnels en relations publiques.

Parmi ses interventions en communication d'entreprise :

- *Pour une société d'État québécoise d'importance…* Élaboration d'un guide d'intervention en situation de crise et d'un guide d'intervention lors d'enjeux de relations de travail ainsi que conseil et accompagnement lors d'une négociation de convention collective.
- *Pour une importante entreprise de distribution de pneu…* Conseil et accompagnement lors d'acquisition d'entreprises concurrentes au Canada.
- *Pour un important syndicat agricole du Québec…* Réalisation d'un audit sur les communications externes traditionnelles et numériques ainsi que sur la couverture médiatique.
- *Pour une entreprise manufacturière…* Conseils et accompagnement auprès des propriétaires et de la haute direction en matière de communication corporative, relations avec les parties prenantes et relations médias dans un contexte d'enjeu avec un important donneur d'ouvrage public.
- *Pour une organisation œuvrant auprès des athlètes et entraîneurs de haut niveau…* Conseils stratégiques en matière de communication corporative et relations gouvernementales ainsi que de l'accompagnement en matière de commandite.
- *Pour une chaine internationale de restauration rapide…* Conseils et accompagnement sur différents dossiers, dont des rappels de produit, mise en demeure de clients, interpellation publique externe, relations de travail et marketing sportif.
- *Pour une grande attraction touristique fédérale à Montréal…* Élaboration d'un guide d'intervention en situation de crise et gestion d'une campagne publique de dénigrement.
- *Pour une station touristique internationale du Québec…* Conseil et accompagnement lors d'arrêts de travail ainsi que lors d'un accident tragique impliquant une personnalité internationale; en plus de conseils stratégiques et d'accompagnement en communication.
- *Pour des équipes sportives professionnelles…* Conseils et accompagnement lors de changements à la direction de l'équipe.
- *Pour une organisation sportive nationale…* Conseils et accompagnement sur différents enjeux de gouvernance et élaboration d'un plan de gestion de crise.

Jean Gosselin
Stratège en communication corporative

514 757-9092
jean@jeangosselin.com
www.jeangossselin.com