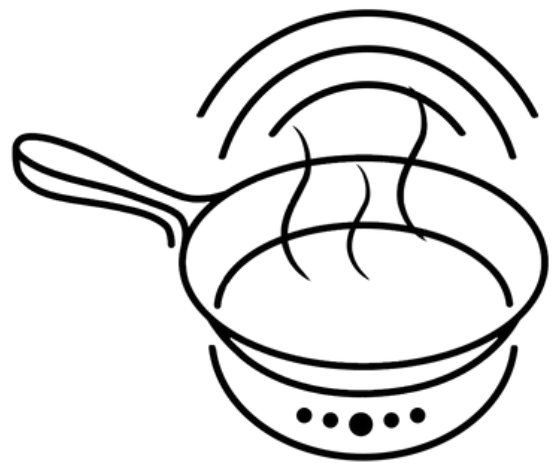




DIGIGRILL

GESTION DE CRISE





CONTEXTE

LES FAITS :

- Un homme retrouvé mort chez lui après le nettoyage d'une poêle Digigrill.
- Multiples dysfonctionnements signalés par plusieurs clients au premier lavage.

DÉTAILS :

- Le décès est recensé à **Carhaix**, et le **Ouest France** traite l'affaire en la médiatisant, citant **Digigrill** comme étant **la cause du problème**.
- Une **escalade médiatique** s'en fait et l'affaire est **relayée** par les **médias nationaux**.
- De nombreuses personnes sur les réseaux **signalent** un problème avec leur poêle et demandent un **remboursement**.

IMPACTS :

- Appel au boycott de l'entreprise.
- Chute des ventes.





DÉROULEMENT DE LA CRISE

PHASES CLÉS DE LA CRISE :

1. Émergence de la crise :

- Accident : Un homme décède d'une électrocution à domicile, sa femme suspecte la poêle Digigrill.
- Réactions médiatiques : Les journaux et les réseaux sociaux amplifient l'affaire, des clients signalent des poêles défectueuses.

3. Révélations et clarification

- Face à l'escalade médiatique nationale et sur les réseaux sociaux, nous réagissons rapidement.
- Erreur de livraison : Les poêles défectueuses proviennent d'un lot de test livré par erreur à un revendeur.



2. Réaction et gestion de crise :

- Mise en place d'une cellule de crise : L'entreprise suspend les livraisons et promet une enquête.
- Communiqué de presse : Digigrill exprime son choc et sa volonté à trouver la source du problème.

4. Restauration de la confiance :

- Digigrill annonce les conclusions de l'enquête et rappelle les poêles défectueuses et propose le remplacement/remboursement de ces dernières.
- Actions correctives : Dédommagement des clients et renforcement des processus de livraison.



PRÉDICTIONS

BAISSE DES VENTES :

- Une perte immédiate de confiance des consommateurs. Les clients pourraient retarder ou annuler leurs achats. Les ventes pourraient stagner ou diminuer à nouveau. (-20 à -40%)

CHUTE DES ACTIONS :

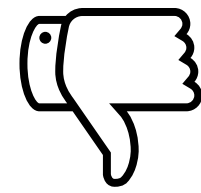
- La couverture médiatique négative pourrait entraîner une chute brutale des actions jusqu'à ce que la confiance des investisseurs soit restaurée. (-10 à -30%)

RUPTURE DE PARTENARIATS / CONTRATS :

- Certains revendeurs retireront les produits, et des contrats pourraient être annulés si la crise persiste.

COÛTS LIÉS AU RAPPEL ET DÉDOMMAGEMENTS :

- Frais de remplacement des produits défectueux, remboursements, et offres promotionnelles nécessaires pour regagner la confiance des clients.



CONSÉQUENCES

COURT TERME

EXTERNE

- 1 Image de marque détériorée :** Perte de crédibilité et de confiance auprès des consommateurs et investisseurs...
- 2 Vague de remboursements demandés par les consommateurs :** Les clients ayant pris peur d'avoir acquis une poêle défectueuse dans leur cuisine veulent être remboursés
- 3 Réseaux sociaux et boycott :** Appel au boycott sur les réseaux sociaux.

INTERNE

- 1 Mobilisation des équipes :** Gérer les retours et les relations publiques. (service client)
- 2 Arrêt de l'envoi des produits**



CONSÉQUENCES

LONG TERME

EXTERNE

- 1 **Perte de confiance des consommateurs & des investisseurs :** Remise en question sur les valeurs de la marque.
- 2 **Poursuites judiciaires :** par la famille de la victime et par les clients.

INTERNE

- 1 **Perte d'argent :** Diminution des ventes et du Chiffre d'Affaires.
- 2 **Perte de confiance des employés :** Remise en question et peur pour l'avenir de la marque.



ANALYSE DES ACTEURS



Digigrill



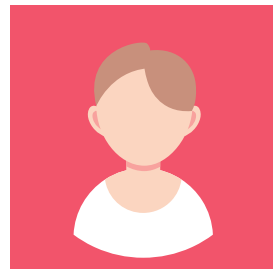
Alice HOEDTS

Patronne



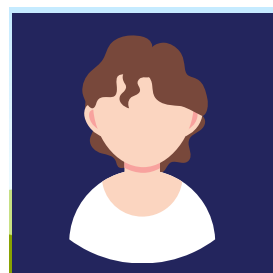
Iris BOUBENEC

Trésorière



Pierre DE BUF

Responsable logistique



Noam LE GARSMEUR

Responsable logistique

+ Employés

Médias & institutions

Le Monde

ouest
france

Le Télégramme

LE FIGARO

LES NUMERIQUEES

Consommateurs

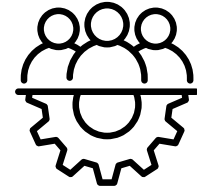


Revendeurs

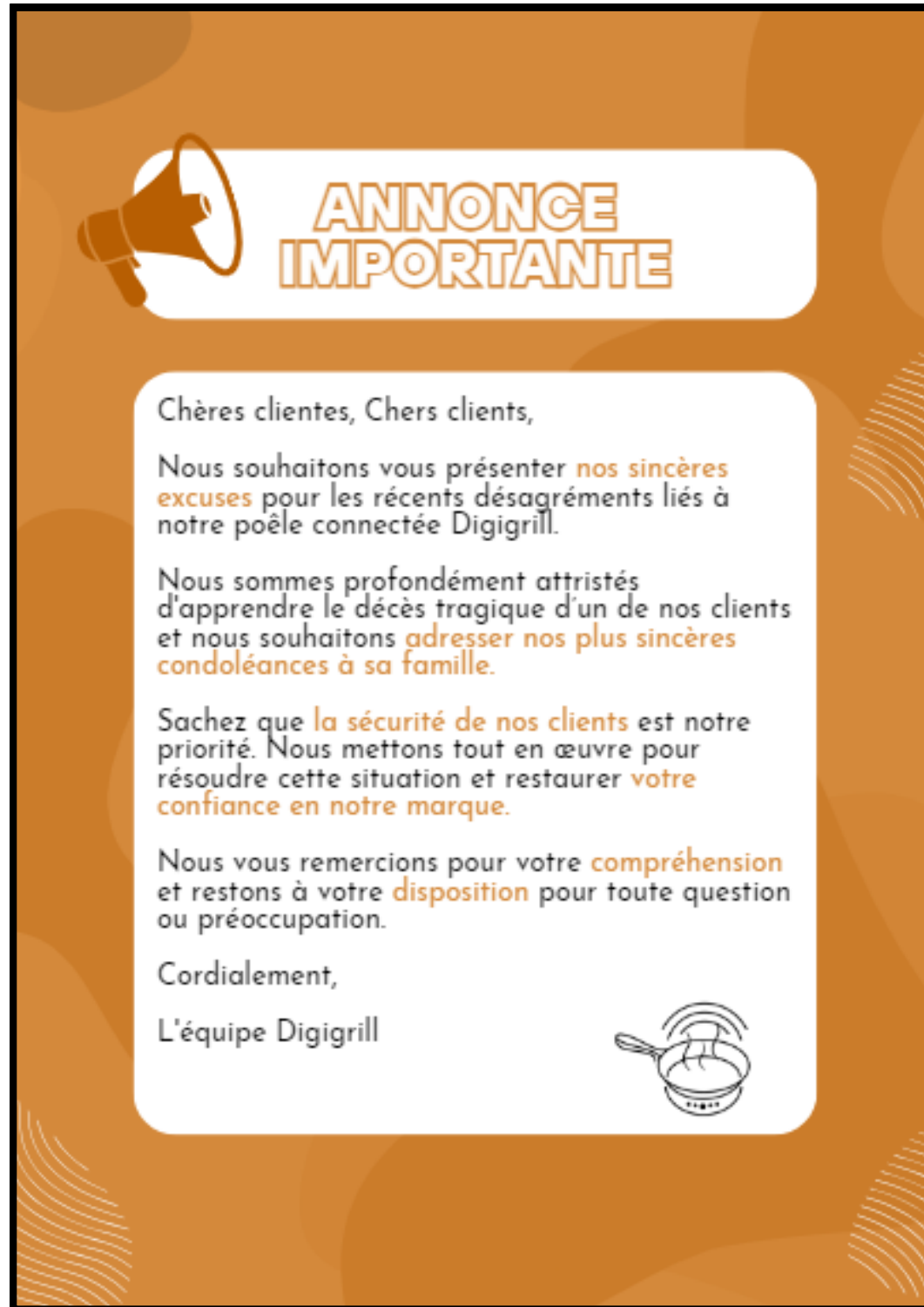
boulangier

E.Leclerc

Conforama



GESTION DE CRISE



ANNONCE IMPORTANTE

Chères clientes, Chers clients,

Nous souhaitons vous présenter **nos sincères excuses** pour les récents désagréments liés à notre poêle connectée Digigrill.

Nous sommes profondément attristés d'apprendre le décès tragique d'un de nos clients et nous souhaitons **adresser nos plus sincères condoléances à sa famille**.

Sachez que **la sécurité de nos clients** est notre priorité. Nous mettons tout en œuvre pour résoudre cette situation et restaurer **votre confiance en notre marque**.

Nous vous remercions pour votre **compréhension** et restons à votre **disposition** pour toute question ou préoccupation.

Cordialement,
L'équipe Digigrill



RÉACTION RAPIDE (-24H) :

- **Communiqué sur le décès** : nous exprimons notre choc, notre incompréhension, et annonçons une enquête pour comprendre les causes de l'incident.
- Nous nous **excusons directement** pour le dysfonctionnement du produit et précisons l'arrêt des livraisons pour des raisons de sécurité.
- Faire appel à **un organisme d'état**, certifié et reconnu pour évaluer et certifier la sécurité des produits que nous proposons.
- **Promesse** de tenir au courant dans les plus brefs délais.



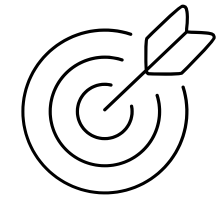
ENQUÊTE

Dénouement

- Le prestataire de livraison a échangé un lot de prototypes destinés aux tests. C'est pour cette raison que les poêles défectueuses ont été mises en vente.
- L'homme retrouvé mort était une personne âgée, il s'est électrocuté en remplaçant une ampoule pendant qu'il faisait la vaisselle. Sa compagne, frileuse des nouvelles technologies, a pensé que la poêle en était responsable.

Dédommagement

- Demande de réparation auprès des médias ayant relayé une information sans avoir la certitude de la réalité des faits (pécunier ou médiatique).



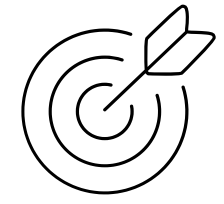
STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Communication avec les parties prenantes : Externes

- **Rétablir la confiance** des consommateurs et des partenaires. **Clarifier** ce qu'il s'est passé et comment c'est arrivé.
- **Reconnaître les erreurs**, mais démentir ce qui ne tient pas de notre responsabilité.

Canaux de communication :

- Utilisation des réseaux sociaux (*Twitter, Facebook...*) et la télévision.
- Articles dans des médias comme **Les Numériques** et **Le Monde** (Journaux et magazine)



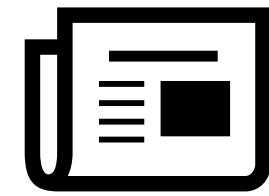
STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Parties prenantes : Internes

- **Communiqué** : Information sur le ralentissement de la production et sur le stop des livraisons. **Information** sur la **reprise des tests** avec un organisme d'état certifié.
- **Rassurer les salariés** concernant la qualité de leur travail via un communiqué par email et une vidéo sur l'intranet.

Canaux de communication

- Intranet
- Mail professionnel
- Réunion générale



RELATIONS PRESSE

Conférence de presse :

- Explication de la situation et de ce qui va suivre.

Articles :

- **Journaux, Magazines et Communiqué de Presse “clarification de l’enquête” :**
L’accident n’est pas lié à un produit Digigrill, erreur de livraison de prototypes en cours de test, non destinés à la vente, mesures correctives mises en place.

Interviews exclusives :

- Fournir des informations détaillées de l’incident et des commentaires d'experts.



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Clarification sur l'enquête Digigrill

Le 24 Octobre 2024

À la suite de l'incident tragique survenu récemment, nous souhaitons faire le point sur les résultats de l'enquête menée conjointement par les autorités compétentes et nos experts internes. Il a été confirmé que la cause du décès n'est pas liée à l'utilisation d'un produit Digigrill.

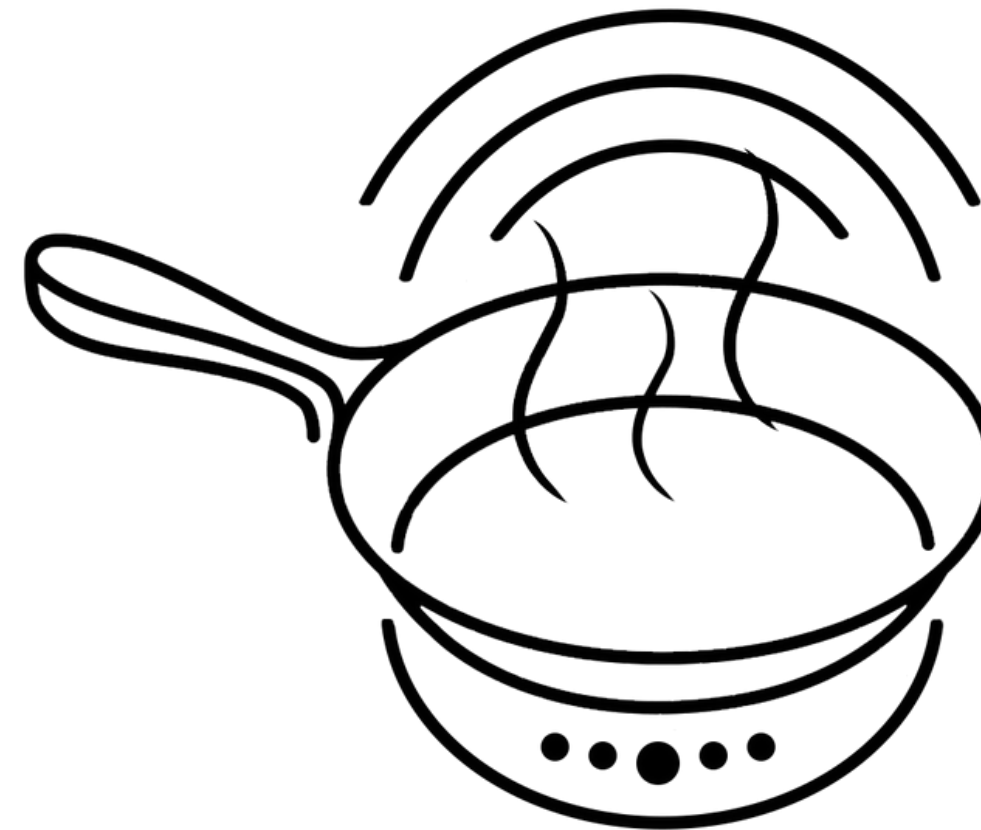
L'enquête a révélé que la victime, une personne âgée, s'est malheureusement électrocutée en manipulant une ampoule de hotte pendant qu'elle faisait la vaisselle. Les premiers éléments avaient laissé croire à une implication de notre poêle connectée, mais ces soupçons se sont avérés infondés.

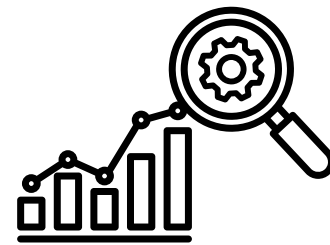
Par ailleurs, les dysfonctionnements signalés par certains de nos clients concernant leurs poêles étaient dus à une erreur de livraison. Un lot de prototypes destinés à des tests internes a été envoyé par inadvertance à un revendeur. Nous avons déjà pris les mesures nécessaires pour retirer ces produits du marché, et tous les clients concernés sont actuellement contactés pour un remplacement ou un remboursement.

Chez Digigrill, la sécurité et la satisfaction de nos clients sont des priorités absolues. Nous regrettons profondément ces incidents et continuons à renforcer nos processus pour garantir qu'une telle situation ne se reproduise plus. Nous restons à l'écoute de nos clients et partenaires, et nous les remercions pour leur compréhension et leur soutien.

L'Equipe DIGIGRILL

COMMUNIQUÉ DE PRESSE – CLARIFICATION SUR L'ENQUÊTE DIGIGRILL





ÉLABORATION DES KPI



1

CONTENU

Nombre de mention sur les réseaux sociaux:

- Article
- Tweet
- Post
- Réponse dans un forum

Nombre d'émetteurs:

- nombre de personnes qui parlent d'un sujet nous concernant depuis le début de la crise.

2

ÉVOLUTION

Nombre d'abonnés/followers

- Suivi de l'augmentation ou de la diminution du nombre d'abonnés sur les différentes plateformes depuis le début de la crise.

Suivi du Service Après Vente:

- Pourcentage de produits retournés ou de réclamations déposées.
- Pourcentage de commandes finalisées

3

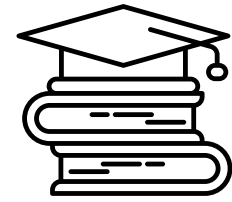
NOTORIÉTÉ DE MARQUE

Trafic généré sur le site web

- Nombre total de visites sur le site, analysé par source de trafic (réseaux sociaux, publicité payante, SEO..).

Taux d'engagement sur les réseaux :

- Interactions (likes, partages, commentaires)



RECOMMANDATIONS



Renforcement des procédures de contrôle qualité :

- Mettre en place des vérifications plus strictes pour éviter les erreurs de livraison, avec un contrôle des lots envoyés aux revendeurs.

Communication proactive et transparence accrue :

- Publier des mises à jour régulières sur les enquêtes en cours et les mesures prises, pour rassurer les clients et partenaires en temps réel.

Collaboration avec les revendeurs et partenaires :

- Renforcer les lignes de communication pour un suivi plus rigoureux des produits livrés.

Merci.

AVEZ-VOUS DES QUESTIONS ?



PLAN D'ACTION

