

Trophée Sun Tzu

L'art d'orchestrer une rumeur et comment s'en prémunir

Le Trophée SUN TZU repose sur un postulat : il n'est pas d'individus, d'entités, d'entreprises qui ne puissent pas être déstabilisés, voir mis en péril par une rumeur. De plus, une rumeur peut être d'un cout presque dérisoire, d'une efficacité et d'un ROI optimal.
Par Laurent Gaildraud

www.trophee-suntzu.eu

Dans ce concours inter-écoles et depuis cette année, inter-entreprises, des équipes SUN doivent orchestrer une rumeur pour faire chuter le cours de bourse d'une entreprise pendant le déroulement d'une OPA agressive. De l'autre côté, des équipes TZU doivent construire la riposte face à cette offensive c'est-à-dire gérer la crise.

Des « rumorocrates » contre des gestionnaires de crise en quelque sorte.

Il faut comprendre que l'on n'est jamais certain qu'une rumeur va fonctionner, que la mayonnaise prendra, que quand elle a déjà pris. Prétendre le contraire serait une fraude. Le rumorologue, par essence, vient étudier un phénomène déjà passé.

Mais ce que l'on peut faire, c'est simplement mettre toutes les chances de son côté. Ainsi, nous augmentons de manière exponentielle nos chances de succès. Pour ce faire, il faut savoir qu'une rumeur a un cycle et une espérance de vie. Qu'il faut surveiller le timing de son déclenchement comme un soufflet au four. Une rumeur respire, elle palpète, elle frissonne... à ce titre, elle se prépare, se bichonne et se met au chaud.



Laurent Gaildraud

REVUE DE DÉTAIL

Passons en revue quelques erreurs récurrentes et autres idées reçues sur ce sujet.

Une rumeur cible une couche sociale précise, du moins au départ. Il serait maladroit de viser l'ensemble de la population car les préoccupations d'uns et des autres diffèrent. On propage mal quand on n'est pas concernés. Une rumeur d'augmentation des impôts directs laissera de marbre la moitié des foyers fiscaux qui n'y sont pas assujettis.