

Réussir sa communication de crise

Savoir anticiper et gérer avec efficacité



ACCES HANDICAP

OBJECTIFS

1. Connaître les concepts clés de la communication de crise
2. Maîtriser les principaux outils de communication interne et externe
3. Savoir évaluer son niveau de résilience en environnement professionnel
4. Formaliser un plan d'actions pour une communication de crise efficace

PUBLIC

Tout public.

PRÉ-REQUIS

Aucun

DURÉE

Deux jours, soit 14 heures en présentiel ou en distanciel.
Deux journées en continu ou discontinu ou quatre demi-journées.

METHODES MOBILISEES

Alternance de théorie et de pratique - Jeux de rôle - Eudes de cas et mises en situation.

Evaluation écrite en fin de formation

TARIFS

Inter : 500 € HT/personne

Intra : 1 950 € HT

Groupes de cinq à huit stagiaires

Repas inclus (inter)

JOUR 1

COMPRENDRE LA COMMUNICATION DE CRISE

- Introduction à la communication de crise - Définition et concepts clés L'importance de la communication de crise pour les entreprises
- Etude de cas de crises célèbres et leurs conséquences sur la réputation des entreprises - Temps d'échange : Et ici, pour votre entreprise ?
- Les fondamentaux de la communication de crise - Etablir une culture de préparation à la crise dans l'entreprise - Identification des risques potentiels et évaluation des vulnérabilités.
- Communiquer avant, pendant et après la crise - Planification de la communication de crise - Etapes et bonnes pratiques

L'IMPORTANCE DE LA COMMUNICATION INTERNE

- Pourquoi la communication interne est-elle capitale en temps de crise
- Stratégies et bonnes pratiques pour informer et rassurer ses salariés
- Les outils au service de la communication interne : Réunions, intranet, newsletters, etc...
- Initiation à l'évaluation du niveau de résilience en environnement professionnel : Le modèle REP7

JOUR 2

GERER ET REpondre EN TEMPS REEL

La communication externe :

- Gestion des médias - Relations avec les journalistes - Communiqués de presse - Conférences de presse - Choisir les bonnes thématiques et adopter la bonne posture.
- Utiliser les médias sociaux pour gérer la réputation de son entreprise en temps de crise - Gérer et rassurer son réseau clients/fournisseurs
- Etude de cas à partir de réponses efficaces et inefficaces dans les médias

ENTRAINEMENT ET PLAN D'ACTION

- Exercices pratiques de simulation de crise - Mise en place d'une communication de crise - Gestion des émotions et du stress en situation de crise.
- Evaluation collective des actions mises en place et identification des axes d'amélioration
- Récapitulatif des points abordés pendant la formation - Développement et formalisation d'un plan d'actions personnel de communication en temps de crise

MODALITES ET DELAIS D'ACCES - CLIQUEZ ICI