

**Durée :** 1 jour.

**Public :**

Toute personne ayant à communiquer lors d'une crise. Dernière MAJ : Avril 2024

**Objectifs :**

Comprendre le fonctionnement et les enjeux de la gestion de crise.  
Apprendre à communiquer pendant les différentes étapes d'une crise.

**Pré-requis :**

Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation.

**Méthodes :**

Mise en situation sur des cas concrets, des exemples issus des expériences des participants, alternance entre la théorie et la pratique.

**Évaluation :**

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire.

Dernière MAJ : Avril 2024

## Anticiper la crise et sa communication

Définir la crise, ses éléments déclencheurs, paramètres amplificateurs et régulateurs

Communication de crise : quels outils ou quelles actions ?

Se repérer et identifier ses besoins

Identifier les critères de vulnérabilité de sa structure

Constituer ou valider sa cellule de crise

Définir les rôles : coordinateur, porte-paroles, experts internes et externes

Identifier les publics cibles, leurs attentes, besoins et réactions potentielles en situation de crise

Bâtir une stratégie d'alliés

Anticiper les pressions médiatiques

Définir les rôles : coordinateur, porte-paroles, experts internes et externes

## La communication de crise : avant, pendant et après

Anticiper les conflits en détectant les signes annonciateurs et en organisant un dispositif de prévention de crise

Organiser la gestion de crise, avec mise en place d'une cellule de crise et élaboration d'argumentaires en fonction des cibles

Agir pendant la crise, en gardant le contrôle de la situation et en veillant à la cohérence des communications émises

Gérer la sortie de crise, en apportant des mesures correctrices et en reconstruisant l'image de l'entreprise

Identifier tous les acteurs concernés : comprendre leurs attentes et leurs modes de fonctionnement

Mesurer l'impact des relations avec les médias en cas de situations sensibles et de crise

La cellule de crise opérationnelle : organisation, fonctionnement, rôle des membres

Adapter le plan de communication à chacune des phases d'évolution

Répondre aux sollicitations internes, externes et médiatiques

Planifier ses prises de parole

## Analyser les effets de la crise, restaurer la confiance

Organiser un retour d'expériences

Évaluer l'efficacité de la communication et mettre en place un plan de reconquête de l'opinion

Assurer le retour au calme des équipes et valorisation de la cellule de

crise

Prévoir les rebondissements : maintenir la vigilance