

LA COMMUNICATION DE CRISE

€ COÛT

690 euros



CONTACT

Aurélie Carriac

05 55 18 80 05

acarriac@correze.cci.fr



OBJECTIFS

- Appréhender les caractéristiques d'une crise. Analyser, comprendre les spécificités de la communication de crise
- Définir la stratégie à adopter, choisir le bon moment et la meilleure approche pour communiquer (relations avec les médias, utilisation des réseaux sociaux...).



PUBLIC

Toutes personnes amenées à s'exprimer ou coordonner l'intervention de son institution en période de crise

Pré-requis : aucun



DURÉE

14 heures



DATE

Nous consulter pour connaître les prochaines dates.



LIEU

Inisup à Brive (CCI de la Corrèze) - possibilité sur Limoges ou Guéret, sous réserve du nombre minimum et majoritaire de participants



PROGRAMME

I - Préparation d'un scénario de crise spécifique et original (*un mois avant l'intervention sur site*)

- Rédigé en lien direct avec l'activité de l'entreprise, dans son univers et sur un risque identifié, connu, réaliste et plausible.
- Travail en amont avec des collaborateurs non participants à l'exercice de crash-test.
- Rédaction de dépêches d'agence de presse, enregistrements radios, vidéos TV.
- Composition de la liste des acteurs extérieurs.

II - Moyens de traitement et d'analyse de la crise

- Composer, structurer et organiser une cellule de crise.
- Le fonctionnement à double flux.
- Définir les rôles de chacun des membres de la cellule de crise.
- Comment choisir le directeur de cellule et le porte-parole.
- Etablir une cartographie détaillée des partenaires et interlocuteurs de l'entreprise.
- Former les collaborateurs directs à la fonction support.

III - Ecriture d'un communiqué

- Quels éléments choisir et dans quel ordre.
- Les mots pour l'écrire et ceux pour le dire.
- La règle des cinq W et les lois de proximité.

IV- Organiser un point presse et une conférence de presse

- Gérer l'empathie et dire les faits.
- Afficher maîtrise et engagement.
- La force de conviction : les mots et la scansion.

V - Formation à la prise de parole médiatique (*exercices face caméra*)

- Comment choisir le moment et le lieu.
- Pourquoi la posture est déterminante.
- Maîtriser sa communication non-verbale (les familles de gestes).

VI - Techniques de base de l'interview

- Etablir son message essentiel.
- Gérer l'économie de mots.
- Apprendre à ne pas répondre (block & bridge et technique du mot confort).

VII - Bilan

- Retour d'expérience individualisé.
- Remise d'une clé des vidéos

2 vidéos de présentation

- Pourquoi un crash-test de crise (2mn)
- Déroulé du crash-test (1mn15)

-

Mode d'évaluation en amont de la formation.

Entretien téléphonique ou rendez-vous individuels + tests de positionnement.

Méthodes et moyens pédagogiques :

- Apports théoriques et méthodologiques.
- Cas pratiques et/ou mises en situation.
- Remise d'un support pédagogique.

Modalités d'évaluation de la formation :

- Contrôle continu.