



BIEN GÉRER UNE COMMUNICATION DE CRISE - INITIATION

1 jour

Les établissements et services sanitaires, sociaux et médico-sociaux peuvent être confrontés à des situations de crise multiples : incendie, atteinte aux personnes, fugue, intoxication, etc.

Comment évaluer l'impact de la crise, élaborer un message adéquat et réagir rapidement face aux différentes parties prenantes et interlocuteurs, dans un environnement qui peut être hostile ?

Cette formation qui alterne théorie et pratiques permettra aux participants d'acquérir une méthodologie pour élaborer une stratégie de communication interne et externe.

Grâce à une séance de média training, ils sauront optimiser leurs relations avec les journalistes. Ainsi, à l'issue de la formation, les participants auront acquis de nouveaux réflexes pour gérer au mieux des scénarios de crise évolutifs.

Publics

- Directeurs
- Cadres de direction

Objectifs

- Identifier des stratégies et des démarches de communication en interne et en externe
- Mieux comprendre ce que demandent les journalistes pour gérer la communication avec eux
- Repérer des procédures à mettre en place afin de ne pas être pris au dépourvu lorsque la crise se déclenche

Méthodes pédagogiques

Pédagogie interactive alternant :

- apports théoriques et méthodologiques
- mises en situation pratiques
- études de cas

Intervenant

- Journaliste, consultant-formateur en communication

Contenu

Anticiper la crise et prendre rapidement les premières mesures

Les critères annonceurs d'une crise

La procédure de crise : la cellule de crise, la répartition des rôles et responsabilités

La communication en interne et en externe

Communiquer de façon efficace

L'utilisation d'Intranet et d'Internet

Le communiqué de presse

La résistance à l'angoisse

La gestion des voix dissonantes

S'organiser au cœur de la crise

Objectifs, priorités, moyens, temps, stress

Optimiser la prise de parole

Crise et maîtrise de l'image

Les techniques d'interview

La préparation de l'interview et ses objectifs

Les spécificités des différents médias : presse écrite, radio, télévision

Maîtriser le message et l'information

Les attitudes et les points d'attention

Les relations « presse » avec les médias en période de crise

Les attentes et le point de vue des médias

Les risques des relations avec la presse

La notion de « off »

Le contrôle du message

Les bénéfices possibles de la crise

La transformation d'une situation délicate en atout managérial

La mise à jour, si besoin, de la procédure de crise

Lieu : Paris

Coût : 298 €

Session : 25 septembre 2013



01 53 98 95 03



formation@fehapp.fr