

## Gestion et communication de crise

### Objectifs de la formation :

Être capable de :

- Être en capacité de qualifier une crise ;
- Créer, organiser et gérer une cellule de crise ;
- Établir une stratégie de communication de crise ;
- Définir et adapter ses messages ;
- Maîtriser la prise de parole devant un public ou devant les médias en situation de crise (media training).

**Publics :** chefs d'entreprise, directeurs de services, cadre de directions, CODIR, COMEX

**Durée :** 2 journées soit 14 Heures

**Pré-requis :** Aucun.

### PROGRAMME :

#### Jour 1

##### 1<sup>ère</sup> demi-journée

- Identifier et qualifier la crise
- Composition de la cellule de crise
- Rôles et fonctions dans la cellule de crise
- Gestion, animation d'une cellule de crise
- Méthodologie de gestion de crise
- Bonnes pratiques

##### 2<sup>ème</sup> demi-journée

- Exercice de crise sur la base d'un scénario spécifiquement développé pour le profil des participants
- Debrief de l'exercice et axes de progression
- Décider en situation de crise
- Gérer ses propres défis et affronter les stress

#### Jour 2

##### 3<sup>ème</sup> demi-journée

- Identifier les Bad Buzz et les crises de réputation
- Établir une stratégie de communication de crise
- Définir les publics et les parties prenantes
- Définir et adapter ses messages
- Organiser la communication de crise

##### 4<sup>ème</sup> demi-journée

- La communication de crise et les médias
- Les journalistes : leur fonctionnement, leur traitement de l'information
- Interview presse écrite, radio, TV,...
- Déjouer les pièges et attentes des journalistes
- Mediatraining

**Méthodes pédagogiques :**

- Entraînement progressif individuel et adapté ;
- Prise en compte de situations variées (simulation d'interview, exposé, débat, jeu des questions –réponses, conférence) ;
- Alternance d'exercices pratiques et de conseil de type « boîte à outils » ;
- Exploitation des contextes professionnels du participant pour la réalisation d'exercices ;
- Chaque exercice est enregistré et visionné, commenté afin d'améliorer le travail de prise de parole.
- Détermination après chaque séance des axes d'effort et de travail.

**Méthodes évaluation :** A chaud à l'issue de la formation et 3 mois après la session.

**Suivi des stagiaires via email, hotline et réseaux sociaux du formateur. Envoi de la présentation.**

**Nombre maximum de participants par session : 10**