BIEN GÉRER UNE COMMUNICATION DE CRISE

Les établissements et services sanitaires, sociaux et médico-sociaux sont confrontés à des situations de crise multiples et imprévisibles : incendie, atteinte aux personnes, fugue, intoxication, crise sanitaire... L'année 2020 avec le COVID-19 aura été marquante de ce point de vue.

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 pratique permettra aux participants de s'approprier 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.

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

16 mai, en distanciel

390 € *adhérent*
585 € *non-adhérent*
(par personne)

1 jour

01 53 98 95 03 – formation@fehap.fr

Prérequis

Bonne connaissance des fondamentaux de la communication

CONTENU

Anticiper la crise et prendre rapidement les premières mesures

- Cartographie des risques
- Signaux faibles et éléments critiques dans une masse d'information sur le digital
- Critères annonciateurs d'une crise
- La procédure de crise est-elle clairement définie : cellule de crise, répartition des rôles et responsabilités ?
- Anticiper les questions et points délicats
- Bien gérer le « tempo » en interne et en externe et mettre en place rapidement son plan de communication

Communiquer efficacement tout au long de la crise : une priorité

- Harmoniser la communication de crise en s'appuyant sur les valeurs et la vision de l'association
- Faut-il faire une alerte mobile ?
- Écrire une note qui définit un cadre clair pour rassurer et fédérer
- Éviter que la communication externe s'appuie sur l'interne pour se nourrir
- Savoir faire le « bon » récit de la crise en s'appuyant sur les valeurs de l'association (storytelling)
- Comment identifier les signaux faibles pour se préparer à une éventuelle prochaine crise

Communiquer de façon réactive et efficace : bonnes pratiques

- Les messages clés en fonction des cibles
- L'utilisation d'Intranet et d'Internet : avantages et contraintes
- Le communiqué de presse : les erreurs à éviter
- L'optimisation de sa prise de parole et la gestion des voix dissonantes

S'organiser au cœur de la crise

- Objectifs, priorités, moyens, temps, stress
- Mettre en place une stratégie de veille digitale
- Écrire un bon communiqué de crise
- Comment maîtriser et mesurer son image lors de la crise

Répondre aux interviews

- Préparer les éléments de langage
- Savoir maîtriser le message et l'information
- Faciliter le travail des journalistes
- Qu'est ce que le « off » ?
- Avoir la bonne attitude et contourner les pièges

S'appuyer sur les bénéfices possibles de la crise

- Transformer une situation délicate en atout managérial
- Mettre à jour si besoin sa procédure de crise

Fiches de synthèse « bons réflexes»

PUBLICS

- Directeurs
- Cadres de direction
- Tout professionnel concerné

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

Pédagogie interactive alternant :

- Apports théoriques et méthodologiques
- Mises en situation pratiques
- Études de cas

Grille d'auto-évaluation des acquis de la formation

INTERVENANTS

- Journaliste, consultant-formateur en communication