

Communication de crise - Comment ne pas perdre sa réputation

Objectif:

Transformer un risque de communication durant la crise en une opportunité pour améliorer encore sa réputation personnelle, la réputation du service et la réputation de l'entreprise. Comment organiser la communication de crise. Définir les messages et répartir les rôles. Accompagner les différentes phases de la crise.

Niveau requis:

Aucun

Public concerné:

Managers, cadres, hauts-fonctionnaires.

Moyens pédagogiques:

Un ordinateur par personne - Vidéo projecteur - Connexion Internet.

► Introduction

Présentation croisée des participants (afin d'évaluer la communication de chacun et d'impulser une dynamique positive au groupe)

Objectifs personnels des stagiaires concernant la formation afin d'ajuster la formation aux attentes et aux trajectoires de chacun.

► Scénario de crise

A partir d'un scénario original, les participants dans un jeu de rôles gèrent la communication de crise sous la pression des journalistes. L'exercice est enregistré en vidéo.

► Retour et debriefing sur l'exercice de scénario de crise

Analyse des temps forts et des points à améliorer dans la gestion de la communication de crise.

► Feuille de route en cas de crise

Organisation et outils d'une communication de crise efficace.

Définition et répartition des rôles.

Définir et communiquer des messages adaptés à chaque cible.

Coordination et contrôle de la communication.

► Exercice de média training de crise

En fonction de l'exercice de simulation de crise, point presse face à plusieurs journalistes.

Exercice filmé en vidéo.

Travail sur le message, la posture, le déroulé du message de crise.

Retour et debriefing sur cet exercice.

Conclusion

► Retour sur la journée et les points à retenir.

Les axes de progrès de chacun.

Les exercices à pratiquer individuellement pour s'entretenir et le travail en équipe.