

Communiquer en situation de crise

 1 journée / 6 heures

 Pré-requis : aucun

Pédagogie

Exercices pratiques | mise en situation

Public visé (10 à 15 participants)

En groupe restreint, élus locaux, collaborateurs d'élus locaux

Acquis recherchés

Savoir communiquer sur une situation de crise en évitant les pièges et les dangers de la communication dans l'urgence




Connaître les outils de gestion de crise et savoir les utiliser au bon moment, au bon endroit

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Identifier le **phénomène de crise** pour mieux s'y préparer
- Comprendre le **phénomène de rumeur** en psychologie sociale
- Gestion et communication de crise : **Quels outils ? Quelles actions ?**
- Mettre en oeuvre les dispositifs spécifiques et **représenter son organisation devant les médias**
- Composer, diriger et animer sa **cellule de crise**
- Analyser le **phénomène de bad buzz** et **repérer les fake news**



CONTENU PÉDAGOGIQUE

-  **Anticiper la crise médiatique** : Les parties prenantes et leurs réactions en situation de crise ; La répartition des rôles : coordinateur, porte-parole, experts internes et externes ; Anticiper et identifier les messages à délivrer
-  **Structurer une communication adaptée au scénario de crise** : Les trois stratégies à connaître pour sortir de la situation de crise. Activer le dispositif et la cellule de crise. Le projet de communication de crise ; Organiser l'information et connaître les erreurs à éviter ; La diffusion rapide de l'information ; Cas pratique : appliquer un scénario de crise préétabli
-  **L'après-crise - une étape importante à soigner** : Le bilan post-crise ; La mise en place et le suivi du tableau de bord ; La définition des indicateurs et la mesure des écarts ; La préconisation des bonnes pratiques suite à l'évaluation de la crise

