

# COMMUNICATION DE CRISE

---

## Durée (en heures)

21

## Public concerné

Tout public.

## Prérequis

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation, celle-ci est adaptée.

## But de la formation

Cette formation en communication de crise est concentrée sur l'identification des éléments de crise et sur les méthodes concrètes à appliquer afin de surmonter une période de crise tout en gardant ses performances :

- Mettre en place des outils afin de tracer les symptômes d'une crise ;
- Développer une stratégie censée de prévenir l'émergence de toute situation de crise ;
- Adopter des techniques plâées sur le contexte afin de gérer la communication de crise ;
- Apprendre à transformer un épisode de crise dans une période de communication consolidée.

## Programme

Le programme de cette formation proposée par notre équipe est structuré de telle manière que vous serez intégrés à cette initiation de façon organisée et logique. Dans un premier temps, vous apprendrez ou approfondirez l'analyse d'une situation de crise, de ses manifestations et des mécanismes qui la déterminent. Ensuite, nos formateurs vous assisteront dans la découverte des stratégies optimales afin de maintenir l'équilibre au sein de votre entreprise en situation de crise. En même temps, vous découvrirez comment reconquérir votre public afin d'estomper les effets de la crise.

### 1. Délimiter les symptômes d'une crise :

Dans la première partie de la formation, vous serez guidés dans l'analyse structurée des facteurs inoculant une période de crise. C'est de cette façon que vous arriverez, non seulement à comprendre l'origine d'une crise, mais aussi à anticiper l'émergence de tels facteurs : cela vous aidera à préserver un climat de stabilité au sein de votre entreprise. Lorsqu'il s'agit de détecter les symptômes d'une crise, son devoir est de prendre conscience des points faibles menaçant le bon

déroulement de son affaire :

- Repérer les instabilités internes au sein de l'entreprise ;
- Analyser les risques potentiels de crise, à savoir établir un autodiagnostic sur l'état de l'entreprise dans une situation de crise ;
- Évaluer la qualité des partenariats existant avec ses interlocuteurs ;
- Anticiper les éléments sociologiques et psychologiques de la crise ;
- S'informer sur les caractéristiques d'une crise cyber.

## 2. Définir une stratégie de communication :

Dans le contexte des symptômes quelconques d'une crise, la précision de vos stratégies de défense sera la condition pouvant maintenir l'équilibre dans votre entreprise. Pour cette raison, suite à une analyse en préalable des racines potentielles de la crise, la projection d'une stratégie efficace et solide de communication est indispensable pour la réussite de vos activités. Comment agir afin de mettre en place une défense réussie face à une situation de crise ? Concevoir une stratégie en ce sens signifie : trouver des outils adaptés, tracer un plan de communication bien défini, comprendre les attentes de son public. Tout d'abord, toute prévention d'une crise devient possible par l'intermédiaire des outils nécessaires pour s'y opposer. Cela puisque c'est en préparant les instruments adéquats que l'on réussira à surmonter les menaces, soient-elles internes ou externes :

- Renforcer les liens avec ses interlocuteurs déjà existant et avec les futurs interlocuteurs ;
- Développer des documents de position ;
- Réaliser un plan de communication détaillé et pointu ;
- Bien estimer les solutions correspondant aux tendances du public ;
- Comprendre en quoi un plan de communication préventif consiste.

## 3. Lancer des plans d'action face à la crise :

Une démarche réussie dans la prévention d'une crise comprend la mise en place d'un planning concis : estimer les sources de la crise, les techniques les plus efficaces pour prévenir les conséquences négatives, formaliser son discours et s'entraîner à travers des simulations :

- Renforcer ses relais internes en vue d'une structure interne solide résistant à une situation de crise ;
- Mettre en place une cellule de crise, destinée à veiller sur toutes les actions à appliquer en fonction du contexte ;
- Veiller constamment sur l'image de son entreprise, d'autant plus en situation de crise ;
- Trouver des moyens pour optimiser le contenu de la communication de crise.

## 4. Reconquérir ses publics en situation de crise :

Lorsqu'on se confronte avec une situation de crise, cela ne veut pas dire que l'on perdra forcément ses publics. Par contre, il vaut mieux de considérer toute crise comme une ouverture potentielle vers une reconquête ou même une expansion de son public cible. En d'autres mots, la poursuite de cette formation vous apprendra à transformer une situation de crise dans une opportunité ;

- Lancer des messages bien ciblés et adaptés pour le profil de chaque public ;
- Élargir la sphère de ses contacts ;

- Délimiter les attributions de chaque acteur dans la gestion de la crise ;
- Se décider sur la construction d'un plan média cohérent ;
- Veiller sur l'exploration de tout horizon afin de reconquérir son public.

## Méthodes pédagogiques

L'apprenant suivra cette formation avec un(e) formateur/formatrice en face à face pédagogique ou en petit groupe tous les jours de la semaine du lundi au samedi. Les heures pourront être modulables avec le ou la stagiaire. Le formateur et l'apprenant pourront s'ils le souhaitent, appliquer la formation sur le terrain, dans le principe pédagogique de la « formation-action ». STRAFORMATION décline cependant toute responsabilité en cas d'accident ayant lieu en dehors de leurs locaux. Les moyens pédagogiques utilisés seront les supports écrits mentionnés en annexe. La formation sera dispensée en inter, dans nos locaux équipés d'ordinateur connecté en réseau avec possibilité de faire des exercices en ligne sur internet et d'aborder les thèmes souhaités par la stagiaire avec des situations concrètes. La formation pourra avoir lieu au sein de l'entreprise cliente si cela leur est préférable.

## Moyens pédagogiques

Le formateur adaptera le contenu pédagogique aux besoins de l'apprenant.

## Fin de la formation

Une attestation de fin de formation sera délivrée à l'apprenant à l'issue du stage, dans laquelle il sera indiqué l'intitulé de la formation, la nature, la durée de l'action ainsi que les objectifs atteints.