

communiquer en situation de crise



Anticiper une crise, organiser la prise de décision, maîtriser le tempo médiatique et protéger la réputation de son organisation.

Une crise ne prévient pas, mais elle se prépare. Le jour venu, il reste quelques heures pour savoir qui parle, à qui et dans quel ordre. Après, d'autres racontent l'histoire à votre place. Tout cela se règle avant, en une journée, avec la cellule au complet.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les participants savent :

- | | |
|----|--|
| 01 | Repérer les risques propres à leur organisation et les signaux qui les annoncent |
| 02 | Composer la cellule de crise et donner un rôle à chacun |
| 03 | Rédiger dans l'heure une première prise de position |
| 04 | Tenir le rythme des médias et des réseaux sans s'y soumettre |
| 05 | Relire une crise une fois passée, heure par heure |

CIBLE

Dirigeants, élus, directeurs de la communication et tous ceux qui seront dans la pièce le jour où cela arrivera.

MODALITÉS

PRÉREQUIS	Aucun.
DURÉE	Une journée, soit deux séquences de 3 h 30.
HORAIRES	De 9 h à 12 h 30 et de 14 h à 17 h 30, à ajuster avec vous.
FORMAT	Pour une organisation seulement, en présence.
EFFECTIF	De 5 à 10 participants: ceux qui formeraient la cellule de crise.
ACCESSIBILITÉ	Dites-nous dès la demande ce dont un participant a besoin. Nous adaptons la formation avant de la confirmer.

PROGRAMME

- | | |
|------------|---|
| SÉQUENCE 1 | avant la crise. Les cinq risques qui menacent l'organisation, ceux qu'elle connaît et ceux qu'elle préfère ne pas voir. Puis la cellule de crise, le rôle de chacun et son suppléant, les gestes de la première heure. |
| SÉQUENCE 2 | pendant et après. La première prise de position s'écrit dans l'heure, avant que d'autres parlent. Les journalistes et les réseaux imposent leur rythme; on apprend à répondre sans courir derrière. Enfin la relecture d'une crise passée, heure par heure, pour voir ce qui a tenu. |

EN TÊTE-À-TÊTE

Pas de tête-à-tête pour celle-ci: une cellule de crise ne se prépare qu'à plusieurs. Le dirigeant qui veut préparer sa propre parole suit communiquer face aux médias en tête-à-tête.