

COMMUNICATION DE CRISE

CONSTAT :

Une crise peut être un événement soudain, ponctuel ou conjoncturel ; qui peut toucher toutes les entreprises.

Dans une communication de crise, il faut apprendre les bons réflexes, connaître les procédures essentielles à mettre en place, mais aussi découvrir les clés pour aborder au mieux les médias dans ces situations exceptionnelles.

OBJECTIF :

Déterminer les risques potentiels pour anticiper les crises (crises sociales, judiciaires, accidentelles, etc.).

Identifier et mobiliser les acteurs, internes et externes, à impliquer selon le type de la crise.

Définir le rôle de chacun, rédiger les procédures et modalités d'action.

Préparer sa communication et gérer les médias.

POPULATION CONCERNEE :

Chefs d'entreprises.

Managers.

PRINCIPAUX THEMES ETUDIES :

- Qu'est-ce qu'une crise ?
- Les règles d'or de la gestion de crises.
- La cellule de crise : organisation, méthodes de travail et procédures à respecter.
- Comment faire face aux situations exceptionnelles : Les séquestrations, la gestion des victimes.
- Connaître les médias en temps de crise.

METHODE PÉDAGOGIQUE :

Analyse de cas.

Exercice pratique : Préparer une prise de parole en période de crise ou communiqué de presse.

DURÉE RECOMMANDÉE :

1 jour – 7 heures.

HONORAIRES : La mise en œuvre donne lieu à l'établissement d'un devis.