

Formation en communication de crise

Nombre de sessions: 2

Description

A l'heure où les phénomènes de crise s'accroissent et s'amplifient, aucune organisation, quelle que soit sa taille, n'est à l'abri: accidents, mise en cause managériale, attaques environnementales, défaillance produits et services, ... une crise apparaît souvent à l'improviste et place l'organisation ou les autorités publiques en état d'urgence. Pourtant, une crise ne présente pas forcément que des aspects négatifs. Bien gérée, elle peut devenir une opportunité managériale et communicationnelle.

L'objectif de cette formation est de fournir aux responsables et aux professionnels en communication les bons réflexes à avoir en situation de crise. Lors de cette formation, les participants prendront conscience des pièges à éviter et des attitudes à favoriser afin de réduire l'impact des événements sur l'image de l'organisation et sur la motivation des équipes.

Programme

- En quoi consiste une crise?
- Comprendre les crises et établir une stratégie de communication de crise
- Elaborer une stratégie adaptée
- Structurer un discours de crise (savoir dire), faire passer les messages-clés et créer un impact (convaincre)
- Faire face à l'opinion et aux médias
- Être à l'aise pour répondre aux questions et aux objections de la presse
- Acquérir les bons réflexes
- Préparer son organisation en vue de mieux faire face à une crise
- Que faire après la crise?
- Faire de la crise une opportunité et un facteur de changement
- Exercice pratique

A qui cette formation s'adresse-t-elle

Cette formation s'adresse aux collaborateurs et aux responsables de la communication.

Enseignant

Nombre de sessions: 2