Anticiper et gérer sa communication de crise

Date et durée

Code formation : COM06FR
Durée : 2 jours
Nombre d'heures : 14 heures

Description

Dans un monde où une rumeur peut devenir virale en quelques minutes, la façon dont vous réagissez détermine la survie de votre réputation. Cette **formation de 2 jours** vous plonge au cœur des enjeux de la communication de crise : vous apprenez à **comprendre les mécanismes d'une crise**, à anticiper les signaux faibles et à préparer votre organisation à réagir avec rapidité et cohérence, tant en interne qu'avec vos parties prenantes.
Au-delà de la théorie, la pédagogie repose sur des **études de cas récents** (cyber-attaque, rappel produit, fuite de données) et des simulations où vous testez votre capacité à structurer un message clair, à choisir les bons canaux et à gérer la pression médiatique. Les échanges croisés avec un **formateur spécialiste en gestion de crise** vous permettent de valider la pertinence de vos arguments, le ton adapté et la synchronisation de vos communications interne et externe.
À l'issue de la session, vous repartez avec une méthode simple, des **gabarits de messages prêts à l'emploi** et la certitude de pouvoir protéger la pérennité de votre entreprise dès les premières minutes d'un incident. Cette expérience pratique renforce votre confiance et votre **agilité pour transformer une situation critique** en opportunité de restaurer la confiance.

Objectifs

À l'issue de cette formation en communication de crise, vous atteindrez les objectifs de compétences suivants :

- identifier les signaux faibles et les caractéristiques d'une crise pour anticiper ses effets ;
- concevoir et déclencher un dispositif d'alerte rapide, puis mobiliser les outils de gestion de crise et de continuité d'activité ;
- construire des messages clairs, cohérents et ciblés, adaptés aux différents scénarios de crise ;
- coordonner la communication interne (collaborateurs, direction) et externe (médias, autorités, partenaires) en temps réel ;
- choisir les canaux appropriés et diffuser les informations aux bonnes cibles, dans les bons délais ;
- clore une crise en organisant le retour à la normale, capitaliser les leçons apprises et gérer la réputation sur l'après-crise.

Points forts

- **Une approche très interactive :** la formation est rythmée par des interactions continues entre le formateur et les participants, basées sur des exemples et des exercices pratiques.
- **Des expériences vécues :** le contenu de la formation est basé sur des expériences réelles et animées par un professionnel expérimenté.
- **Une vision complète :** le programme permet d'acquérir et de réviser toutes les bases de la communication de crise, en incluant la gestion de crise et la continuité d'activité.

- **Des outils concrets :** la formation inclut une mise en situation et un quiz pour une application immédiate des compétences.

Modalités d'évaluation

Quiz / QCM
Travaux Pratiques
Etude de cas

Pré-requis

Suivre cette formation nécessite les prérequis suivants :

- **Expérience en gestion de crise** : posséder une culture de la gestion de crise ou de la continuité d'activité est un atout.
- **Rôle en communication** : occuper ou être amené à occuper une fonction en matière de communication pendant une crise est préférable.

Public

Cette formation s'adresse à toute personne impliquée dans la gestion et la communication d'une crise au sein d'une organisation, qu'il s'agisse de la préparation ou de la réponse immédiate. Le public inclut notamment :

- Les **dirigeants** et **cadres supérieurs** qui ont la responsabilité finale de l'image et de la réputation de leur entreprise.
- Les **responsables de la communication**, du marketing ou des relations publiques qui seront en première ligne lors d'une crise.
- Les **chefs de projet** et les **responsables de la continuité d'activité** (RPCA) dont le rôle est d'anticiper les risques.
- Tout **collaborateur clé** susceptible d'être intégré à une cellule de crise ou d'avoir à communiquer des informations sensibles.

Programme

Module 1 : comprendre les crises et s'y préparer

- Tour de table : présentation du formateur et de vous-méme.
- Les fondamentaux pour comprendre une crise : définition, typologies (technologique, cyber, sanitaire, réputationnelle), cycle de vie (pré-crise, aiguë, résolution, post-crise).
- Les étapes clés pour se préparer : constitution de la cellule de crise, rédaction du PCA (Plan de Continuité d'Activité), cartographie des risques, scénarios et procédures d'alerte.
- Les mécanismes pour alerter avec efficacité : signal faible, seuils de déclenchement, chaîne d'appel, outils de notification (SMS, mail, application dédiée), rôle du RPCA.

Module 2 : structurer et diffuser sa communication de crise

- La manière de structurer une communication adaptée : cadre message (Qui ? Quoi ? Pourquoi ? Pour qui ?), ton adapté au public, calendrier de diffusion, validation hiérarchique.
- Les clés pour bien gérer la communication externe : porte-parole unique, relation presse, réseaux sociaux, communiqués de presse, gestion des rumeurs.
- L'importance de la diffusion de l'information : canaux internes (intranet, réunion flash) et externes (site crisis, hotline, médias), fréquence des points, gestion des versions.

- La gestion de la fin de crise et l’après-crise : point d’arrêt officiel, bilan critique, restauration de la réputation, plan d’amélioration, communication de retour à la normale.