



GESTION DE CRISE : PREPARER ET METTRE EN ŒUVRE UNE STRATEGIE REACTIVE EFFICACE

Réf. MEDTRAFRA04bis

Fiche programme

BESOINS DE L'ENTREPRISE

En situation sensibles / de crise, les événements se précipitent. Au-delà de l'accident ou de l'évènement lui-même des complications s'enchaînent, les réactions négatives de l'environnement ajoutent à la crise. Très vite l'entreprise concernée par la crise doit faire face à un système qui peut la dépasser : employés touchés, riverains révoltés, consommateurs ulcérés, autorités exigeantes, médias intrusifs, etc.

Face à cet enchaînement inexorable de situation d'urgence les émotions faussent les perceptions et de mauvaises décisions sont souvent prises dans l'effolement. Il est donc impossible pour les dirigeants de l'entreprise d'improviser.

Pour que les décideurs et leurs équipes puissent faire face efficacement à une crise, l'entreprise ne peut faire l'économie d'une planification des actions à réaliser et d'une coordination sans faille de tous leurs acteurs.

C'est l'objet de cette formation.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation permet aux participants de savoir créer un plan de gestion de crise appliqué aux risques et au contexte de leur entreprise, ainsi que d'en préparer la mise en œuvre par leurs équipes.

CONTACT



FACE-MEDIAS

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-medias.com
www.face-medias.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir reconnaître et réagir aux signes avant-coureurs d'une crise.
- Élaborer un plan de gestion de crise solide et adaptable.
- Gérer les communications internes et externes pendant une crise.
- Analyser et tirer des leçons des crises pour améliorer les plans futurs.

Public concerné

- Tout décideur légitime à prendre des décisions en situation de crise.

Prérequis

- Maîtriser la connaissance des risques potentiels adressés.

Durée

- 2 jours (14 heures).

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings et présentiel ;

Méthodes pédagogiques

- Découverte, démonstrative et magistrale ;
- Toute la formation est axée sur la création d'une maquette de plan de gestion de crise spécifique à l'entreprise ou le service des apprenants ;
- Des cas d'écoles sont étudiés en benchmarking ;
- Exercices de création de messages médias et éléments de langage.

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : mises en situations et quizz d'acquisition ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert relation média, ancien journaliste ;
- Méthodologie spécifique orientée maniabilité sur le terrain ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoires

- Supports de cours
- Guide de gestion de crise personnalisable
- Check-lists et templates pour l'élaboration du plan

MODALITES D'ACCES 2024

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Dates, lieux, tarifs des sessions

Sur devis personnalisé, nous consulter.

6 participants max. par session : un nombre restreint permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-medias.com
Confirmation sous 24 heures par retour.

Sessions garanties à la 1ère inscription.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handi-accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

Élaboration et mise en œuvre d'une stratégie de crise

- Évaluation des risques : méthodes d'identification et d'analyse des risques spécifiques à l'entreprise.
- Impact sociétal et commercial : Estimation des conséquences potentielles sur l'entreprise.
- Élaboration de plans d'action pour chaque risque identifié
- Planification de la réponse et consolidation
- Clarté des rôles et responsabilités : identification de l'équipe de crise
- Communication interne et externe
- Formation et sensibilisation
- Protocole d'activation
- Flexibilité du plan
- Ressources disponibles
- Collaboration avec les services d'urgence
- Procédures de sauvegarde et de rétablissement
- Support psychologique
- Légalité et conformité
- Consolidation du plan : Intégration des éléments clés dans un document cohérent.
- Révision et mise à jour régulières

Contrôler les 6 phases de la gestion de crise

- Le public face aux crises : répondre aux 5 émotions des crises : surprise, peur, colère, dégoût, tristesse
- Apparition, Développement, Désorganisation, Décompression, et Récupération.

Médias et crises : les fondamentaux de fonctionnement

- Schémas de communication de crise
- Participer au plan de communication et aux cellules de crise :
- Rôle et principes de relations avec les médias en crise
- La crise et les réseaux sociaux : combattre les rumeurs
- Stratégies à adopter : objectifs et choix des messages
- Se préparer à évoquer les conséquences dans le futur
- Savoir répondre aux situations passées mises en parallèle
- Savoir répondre aux hypothèses et insinuations

Création d'un plan de continuité d'activité (PCA)

- 1. Analyse d'impact sur l'activité (BIA)
- 2. Identification des risques
- 3. Stratégies de continuité
- 4. Plan de reprise après sinistre (DRP)
- 5. Organisation de la continuité
- 6. Formation et sensibilisation
- 7. Communications
- 8. Mesures de sécurité
- 9. Révision et amélioration continue
- 10. Conformité et légalité

Formation complémentaire pour des besoins spécifiques :

Relations presse : créer et entretenir des relations fructueuses avec les journalistes
Réf - MEDTRATV01

CONTACT



FACE-MEDIAS

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-medias.com

www.face-medias.com