

Communication de crise : maîtriser l'imprévu en entreprise

08.30 – 09.00

Accueil avec café et croissants

Matin

Définir une crise et ses impacts sur l'organisation

- Qu'est-ce qu'une crise ? Typologie : interne, externe, médiatique, réputationnelle...
- Peut-on prévenir une crise ? Principes de veille et de préparation
- Conséquences d'une communication inadaptée

Méthode : exemples concrets et quiz interactif

Pause

Construire une stratégie de communication de crise

- Les étapes de la communication de crise
- Élaboration du plan de communication : contenu, structure, acteurs impliqués
- Répartition des rôles : direction, porte-parole, cellule de crise
- Transparence, réactivité et cohérence du ton utilisé

Atelier pratique : créer une mini-cellule de crise fictive

- Constitution d'équipes et répartition des rôles
- Élaboration rapide d'un plan de réaction
- Simulation d'une première prise de parole

12.00 – 13.00

Repas

Après-midi

Mise en situation : simulation de crise

- Exercice immersif de gestion de crise en temps réel
- Rédaction d'un communiqué et préparation d'une intervention publique
- Débriefing collectif : points forts, erreurs et axes d'amélioration

Pause

Médias et réseaux sociaux en période de crise

- Gérer la communication avec les médias : conférences de presse, communiqués
- Réagir sur les réseaux sociaux : modération, réactivité, community management de crise
- Comprendre le rôle des influenceurs, des journalistes citoyens et du “bad buzz”

Étude de cas : analyse d'une crise médiatisée (cyberattaque, produit défectueux, crise sanitaire, etc.)

Synthèse et clôture

- Bilan des apprentissages et points clés à retenir
- Boîte à outils pour anticiper et gérer efficacement une crise
- Questions – réponses et évaluation du séminaire

16.30

fin du séminaire

L'organisateur se réserve le droit de modifier le programme en cas de nécessité.