

Anticiper pour gérer sa communication de crise en compublique

Cibles

- Directrices et directeurs de communication, responsables communication
- Cabinets
- Élues et élus
- Responsables de communication numérique, community managers
- Responsables, chargées et chargés des relations presse
- Responsables de communication interne
- Chargées et chargés de communication ou de mission, en charge de la communication dans les collectivités et administrations de toute taille

Les personnes en situation de handicap qui souhaitent participer à cette formation peuvent bénéficier, si elles le jugent nécessaire, d'un accompagnement individualisé. Dans ce cas, elles peuvent solliciter par mail à formation@cap-com.org un entretien d'accueil. Cap'Com coordonnera les adaptations possibles avec les acteurs institutionnels du handicap.

Prérequis

- Piloter ou prendre part à la diffusion de l'information dans le dispositif de gestion de crise de votre institution

Objectifs pédagogiques

- Développer une culture du risque au sein de son service communication
- Cerner le rôle stratégique de la communication publique dans la gestion de la crise
- Préparer et déployer les outils et moyens d'une communication de crise en interne et en externe
- Adapter ses usages de communication de crise sur les réseaux sociaux
- Animer les relations aux parties prenantes et aux publics
- Préparer la communication de l'après-crise et aussi la suite

Compétences visées

- Disposer d'une vision stratégique de sa communication institutionnelle avant, pendant et après une crise
- Positionner son institution au sein d'un écosystème de communication de crise et animer ses réseaux : en relation avec l'État, les administrations déconcentrées, les acteurs locaux, la presse
- Définir et animer sa stratégie éditoriale de crise sur les réseaux sociaux

- Optimiser son fichier presse et savoir adapter ses relations presse en période de crise
- Manager son équipe de communication en situation d'urgence et de communication sensible : préparer, former, animer une culture de crise
- Savoir faire face au stress et aux tensions
- Être créatif dans un environnement contraint

Programme

Les cours ont lieu du lundi 1er avril 2021 au dimanche 16 mai 2021.

Connaitre les mécanismes de la crise

- Les typologies de crise et leurs spécificités pour un organisme public local
- Le rôle exclusif de la communication publique dans la crise
- Comprendre les cycles d'une crise
- Connaitre le cadre de gestion de crise dans son institution
- Com de crise, com événementielle : quand surgit l'émotion dans l'espace public
- Identifier les risques de son institution
- **War room réseaux sociaux • Prendre en compte un contexte de crise permanente**

Anticiper son organisation

- Diagnostiquer sa posture de communication de crise
- Identifier ses cibles de communication : les relations publiques de crise
- Parler à l'ensemble de la population
- Cartographier les acteurs et les parties prenantes de la crise et consolider sa stratégie d'alliés de crise
- Construire sa cellule de communication de crise
- Préparer son manuel de communication de crise adapté à son organisation
- Anticiper son système d'alerte et d'information de crise
- **War room réseaux sociaux • Organiser sa veille sur les réseaux sociaux**

Préparer ses contenus avant la survenue de la crise

- Préciser et préparer la délégation de parole pour ses relations presse
- Connaitre le traitement nécessaire pour chaque média
- Préparer et accompagner le porte-parole
- Connaitre et exercer (ou pas) son droit de réponse durant la crise
- Anticiper une communication interne adaptée à ses différentes cibles
- Définir la responsabilité de l'agent pendant la période de crise
- **War room réseaux sociaux • Préparer ses premiers posts sur les réseaux sociaux**

Communiquer dans l'urgence

- Communiquer efficacement dès la première heure
- Réussir la première prise de parole
- Fiabiliser les sources d'information avant de communiquer

- Animer ses relations publiques de crise
- Quelle attitude adopter face à un déferlement médiatique
- **War room réseaux sociaux • Étude de cas et outils de réponses aux commentaires malveillants**

Agir tout au long de la crise

- Inscrire sa communication de crise dans la stratégie de communication institutionnelle
- Organiser et animer la concertation en période de crise
- Déclarer et orchestrer la fin de la crise
- **War room réseaux sociaux • Détecter les fake news et y répondre (ou pas)**

Évaluer sa communication de crise

- Dresser un bilan à chaud de sa communication de crise
- Analyser à froid les dysfonctionnements en interne et faire évoluer son plan
- Reconstruire la confiance après la crise par la parole publique
- **War room réseaux sociaux • Comment animer la conversation sur les réseaux sociaux pendant et après la crise**

Méthodes mobilisées

Cap'Com développe un parcours inédit de formation en ligne pour mieux gérer sa communication de crise spécialement dédié aux collectivités territoriales ou aux organismes publics.

Intégrez cette formation collective et méthodologique et suivez la formation à votre rythme depuis votre bureau, ou depuis chez vous

- Des cours en vidéo, témoignages d'experts et de communicants publics
- Des exercices pratiques
- Des quiz et des exercices de validation des acquis
- Des ressources pédagogiques
- Des sessions en direct avec les intervenantes et intervenants
- Un espace de discussion pour partager ses expériences et approfondir les sujets

Modalités d'évaluation

- Exercices soumis à validation
- Quiz
- Feuille de route de sa communication de crise

Durée

L'ensemble du dispositif de formation est équivalent à **3 jours de formation, soit 21 heures pédagogiques**, du 1^{er} avril au 16 mai 2021.

Formatrices et intervenants

Krystel Champion, Andréane Lecarpentier

Et 20 intervenants : références disponibles sur www.cap-com.org

Tarifs

- 990 € HT T1 Collectivités de - 10 000 habitants
- 1 390 € HT T2 Collectivités de 10 000 à 40 000 habitants, universités et écoles, consultants
- 1 740 € HT T3 Collectivités de 40 000 à 100 000 habitants, agences de -20 salariés
- 1 940 € HT T4 Collectivités de + 100 000 habitants, administrations, organismes publics, agences de +20 salariés, entreprises publiques et privées

TVA applicable 20%