

<h2 style="color: red;">Gestion et Communication en période difficile</h2>	<p>Durée : 2 jours</p> <p>Prix : 990,00€</p>
<p>Objectifs :</p> <p>Surveiller et anticiper une crise. Mettre en place et Gérer la communication interne et externe. Limiter l'impact de la crise.</p> <p>Programme :</p> <p>Qu'est-ce qu'une situation de crise ? Les caractéristiques, les différents types de crise L'urgence, la gravité, la soudaineté, la durée ... La crise résultat d'un dysfonctionnement : bien identifier le type de crise et récolter le maximum d'informations pour élaborer une stratégie</p> <p>Reconnaître et maîtriser les différentes phases d'une crise, apprendre du vécu Quand est-ce important de communiquer pendant une crise pour anticiper les mauvaises communications Il n'existe pas deux crises semblables : établir un scénario d'anticipation sur mesure Les 5 premières minutes et les 3 messages incontournables Gérer la situation et garder le contrôle des événements : la clé pour surmonter la crise Tirer des leçons à partager avec les collaborateurs, pour améliorer votre stratégie de communication interne et externe Se préparer à monter "au front" : le porte-parole face à divers publics, y compris le personnel de l'entreprise Délivrer des informations factuelles, exactes et complètes. Motiver les silences, éviter les pièges. Définir et adapter les messages selon chaque public cible : contrôler l'information pour gérer la communication La mobilisation et l'information du management et du personnel, tous ambassadeurs de l'entreprise pour maintenir la confiance avant, pendant et après la crise.</p> <p>Les actions à mener après la crise Bien organiser sa conférence de presse : trouver la bonne communication pour terminer la crise Le suivi relationnel dans la confiance : retour d'expérience et opportunité pour une nouvelle évolution Analyse et bilan</p> <p>Surveiller et anticiper L'inventaire des cas probables passés L'inventaire des cas probables futurs L'analyse des différentes stratégies Les modalités pratiques d'alerte L'équipe chargée de la communication en période de crise Définir et communiquer une procédure de communication de crise Connaître et anticiper les comportements inhibiteurs en situation de crise</p>	<p>Public concerné : Dirigeants et cadres dirigeants, « porte-parole », responsables de communication ...</p> <p>Lieu : À déterminer</p> <p>Pré-requis :</p> <p>Technique d'animation :</p> <ul style="list-style-type: none"> . Alternance de théorie et de pratique . Accompagnement . Etudes de cas . Exercices . Mises en situation . Retour d'expériences . Jeux de rôles