
Programme de Formation

E-Learning : Communication de crise

Description

Points Forts

Programme complet et professionnalisant, couvrant l'ensemble des stratégies et outils de communication de crise, de la préparation à la gestion digitale.



Public visé

- Professionnels de la communication, marketing, relations presse et RH
- Managers, dirigeants et responsables de service en organisation privée ou publique
- Services presse, organisations politiques ou internationales
- Toute personne amenée à gérer une communication en contexte de crise



Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permettra :

- De définir les notions essentielles de la communication de crise et de gestion des crises
- D'identifier les typologies de crises et leurs facteurs aggravants
- D'anticiper et préparer efficacement une cellule de crise
- D'appliquer les stratégies de communication pendant et après la crise
- D'intégrer les enjeux du digital dans la gestion contemporaine des crises

Organisation

Durée : 8 heures

Mode d'organisation : E-learning

Contenu pédagogique



Description

Cette formation aborde de manière exhaustive la communication de crise et ses enjeux contemporains à travers quatre modules structurés :

- **Module 1 : Les fondamentaux de la communication de crise**
 - Définitions clés : communication, organisation, image, relations publiques et presse, publicité
 - Notion de crise, gestion de crise, cellule de crise et service de communication
 - Études de cas emblématiques : Titanic, Watergate, McDonald's (*Super Size Me*), Société Générale
 - Evolution historique et grands courants de pensée
 - Caractéristiques et phases de vie des crises
 - Typologies des crises organisationnelles et dimensions économique, technique, politique, corporate
 - Facteurs aggravants : NTIC, globalisation, rôle des médias et des régulations
 - Quiz d'évaluation des acquis
- **Module 2 : Anticiper la crise**
 - Atténuer les conséquences et cartographier les risques
 - Préparation, introspection et mise à jour permanente des informations



- Exercices de simulation et constitution de la cellule de crise
- Rôle du porte-parole et facteurs de réussite
- Étapes clés : stratégie de communication, media training, plan de relations publiques
- Relations avec les régulateurs, médias et témoins
- Quiz de validation
- **Module 3 : Gérer la crise**
 - Objectifs et enjeux de la gestion de crise
 - Stratégies de communication : reconnaissance, déplacement du débat, contre-attaque, évitement
 - Gestion des médias, hyper-communication et personnalisation des scandales
 - Enjeux médiatiques : simplification, catastrophisme, mondialisation
 - Outils de communication externe : Internet, numéro vert, portes-ouvertes
 - Gestion des crises à long terme et répétition des messages
 - Organisation de l'après-crise et reconnaissance journalistique
 - Quiz final du module
- **Module 4 : La gestion de crise à l'ère du digital**
 - Internet comme amplificateur et mémoire des crises
 - Diffusion des rumeurs et gestion des théories alternatives
 - Communication managériale interne et gestion des émotions collectives
 - Stratégies de communication digitale : instantanéité, ciblage, attitude, intégration
 - Communication en trois temps et prévention des retournements d'opinion
 - Quiz d'évaluation finale

★ **Prérequis**

- Aucun prérequis technique ou académique spécifique
- Maîtrise du français écrit et oral

Modalités pédagogiques

- Cours en ligne interactif
- Animations multimédia (vidéo, 2D/3D, photographies)
- Exercices pratiques et mises en situation filmées
- Document de synthèse à télécharger

Moyens et supports pédagogiques

- Plateforme e-learning Onlineformapro ou plateforme client
- Vidéos pédagogiques et exercices pratiques
- Support écrit téléchargeable
- Personnalisation possible selon l'établissement et la charte graphique

Modalités d'évaluation et de suivi

- Tests non notés intégrés à chaque chapitre
- QCM final de validation des acquis
- Suivi de progression et temps de connexion
- Attestation délivrée à l'issue de la formation