



**1 JOUR**

## APPRÉHENDER LA COMMUNICATION DE CRISE

### ■ CONTEXTE

Dans certains contextes nationaux et territoriaux, les établissements de santé sont durement touchés par différentes crises (crise sanitaires, actes terroristes, crise de gouvernance, grève du personnel, évènements mal vécus en interne, etc.....), les établissements de santé ont systématiquement su se mobiliser et réadapter leurs organisations.

Dans l'urgence, les établissements de santé doivent répondre efficacement au public concernés (interne externe) et doivent être réactifs. Les prises de décisions et réponses nécessitent toutefois d'être en amont préparées.

Les responsables des établissements de santé se doivent d'appréhender leur communication auprès de publics cibles externes comme internes.

### ■ OBJECTIFS

- Communiquer face aux médias
- Préparer et organiser sa communication de crise
- Structurer et organiser la gestion de crise
- Appréhender la communication de crise dans le contexte des réseaux sociaux
- Organiser et piloter une cellule de crise
- Saisir les bonnes pratiques pour conduire un RETEX (retour d'expérience)

### ■ PUBLIC VISÉ

Directeurs d'établissement, cadres, chargés des relations avec les médias, porte-paroles des entreprises, membres opérationnels des cellules de crise, chargé de communication.

### ■ PRÉREQUIS

Aucun prérequis

### ■ DÉMARCHE PEDAGOGIQUE ET MODALITÉS D'ÉVALUATION

#### Approche pédagogique :

Concrète et pragmatique basée sur des méthodes de pédagogie actives : alternance de méthodes affirmatives, interrogatives et démonstratives. Vérification de la progression pédagogique homogène du groupe et de l'assimilation du programme.

#### Supports pédagogiques :

Support de formation en format power point-cas pratiques-documentation. Supports transmis aux stagiaires par mail à l'issue de la formation

#### Évaluation :

Évaluation de la satisfaction et des réactions sur la base d'un questionnaire d'évaluation, complété par chaque participant et évaluation des apprentissages réalisés en termes de connaissances et compétences sur la base de questionnaires pré-tests et post-tests.

#### Modalités d'organisation :

Formation en présentiel  
25 participants max.

#### Durée : 1 jour (7 heures)

#### Profil du formateur :

Formateur MAOQUAL disposant d'une expérience dans la formation continue, d'une expertise dans le domaine de la gestion des risques en santé et de la certification des établissements de santé

#### Accessibilité :

Nous contacter afin de prévoir les aménagements nécessaires le cas échéant en fonction du handicap concerné

#### Modalités et délais d'accès :

Formation ouverte à l'inscription tout au long de l'année.

Dates à définir après étude de vos besoins et en fonction de votre calendrier et des disponibilités des intervenants.

Délais moyens pour débiter la formation dépendant de la période souhaitée.

Possibilité de débiter votre formation au plus tard sous 30 jours ouvrés suite au premier contact.

#### TARIFS INTER ÉTABLISSEMENTS

PRÉSENTIEL | 450 € par personne  
par jour

*Pour 4 participants inscrits, le 5ème est gratuit*

#### TARIFS INTRA ÉTABLISSEMENTS

1400 € par jour de formation

*Possibilité d'étude de tarif préférentiel  
selon la fidélité*

### APPRÉHENDER LA COMMUNICATION DE CRISE

#### ■ DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE

##### INTRODUCTION

##### Contexte et enjeux

##### Structurer et organiser la gestion de crise

- Explorer la notion de crise et les modalités de sa survenance.
- Identifier les types de crise, matérielle, immatérielle et leurs conséquences.
- Préparer les éléments de la gestion de crise.
- Préparer et organiser matériellement sa cellule de crise (locaux, moyens) et sa cellule de communication de crise.
- Identifier les rôles de chacun dans une cellule de crise et une cellule de communication.
- Préparer les supports d'une bonne communication de crise.

##### Préparer et organiser sa communication de crise

- Crise : les mécanismes d'une crise et les enjeux sur la communication.
- Environnement : le contexte interne et externe, les parties prenantes (salariés, autorités, médias, prestataires, partenaires...).
- Procédures : les modes opératoires et des outils pré-établis.
- Objectifs : stratégie adoptée par l'entreprise en fonction de la crise en jeu.

##### Cas pratique

##### Communication face aux médias

- Collecter et traiter de l'information.
- Déterminer les mots clés devant définir l'entreprise, sélectionner le vocabulaire le plus adapté.
- Comment gérer les appels téléphoniques.
- Quelles réponses à quelles questions, comment répondre sans se faire piéger.
- Transformer de l'information brute en informations communicantes.
- Rédiger un communiqué de presse.
- Techniques de communication : écrites, orales, la communication inter-personnelle.
- Les pièges à éviter face aux journalistes, comment diriger certains médias vers un porte-parole officiel.

##### Cas pratique

*La formation est construite sur des retours d'expérience de véritables situations de crise. Des mises en situation permettent d'appliquer et d'approfondir les acquis. Exercices au téléphone ou filmés et débriefés en commun.*

##### Appréhender la communication de crise dans le contexte des réseaux sociaux

- Appréhender les informations diffusées sur les réseaux sociaux
- Le positionnement de l'organisation dans ces communautés et les ressources associées.
- La veille et la prévention sur les réseaux sociaux.
- La gestion de la crise sur les réseaux sociaux.

##### CONCLUSION