



BY ABILWAYS

FORMATIONS COURTES

EXPERTISE

Ref. : 3300519

Duration :  
2 jours - 14 heures

Pricing :  
Employee - Company :  
1480 €

# MAÎTRISER SES RELATIONS AVEC LES MÉDIAS EN PÉRIODE DE CRISE

Se préparer aux différents scénarios de crise et maîtriser son message.

Autour de la formation...

14e débat Les Enjeux La réclame - En partenariat avec le CFPJ

Com' de crise : comment survivre à un passage dans Cash Investigation ?

## OBJECTIVES

- Se préparer aux différents scénarios de crise et maîtriser son message.
- Analyser une période de crise.
- Préparer une communication efficace avec les médias.
- Gérer la crise et en tirer profit.

## EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

## CONCERNED PUBLIC

Directeurs et responsables de communication, chargés des relations avec les médias.

## PREREQUISITE

Connaître les fondamentaux des Relations Presse.

## COMPÉTENCES ACQUISES

À l'issue de la formation, vous serez capable d'analyser une période de crise, de préparer une communication efficace avec les médias, de gérer la crise et en tirer profit.

## PARCOURS PÉDAGOGIQUE

- E-quiz amont
- Présentiel
- E-quiz aval

## PROGRAM

### Maîtriser ses relations avec les médias en période de crise

#### Distinguer les différentes périodes de crise

- Interne, externe, connue, non repérée.
- Analyser une situation d'urgence et une "entrée" en crise.
- La simulation de crise.
- Présentation de plusieurs scénarios : courte période de crise, "enlissement", "rebondissement".
- Analyser les différentes couvertures médiatiques associées aux scénarios.
- Mesurer l'impact de l'audiovisuel et d'internet en période de crise.

#### Exercices pratiques sur les premières réactions face à la crise

- Mettre en place une cellule de crise.
- Rédiger un communiqué de presse.
- Réaliser un point presse ou une conférence de presse.
- Les spécificités du web.

#### Analyser le mode de fonctionnement des journalistes en période de crise



Organisme qualifié par l'ISQ-OPQF



Membre de la FFP



BY ABILWAYS

- La situation de crise engendre-t-elle une investigation "soutenue" des journalistes ?
- L'utilisation par les journalistes de vos documents écrits.
- L'échange oral avec les journalistes en période de crise : le off.
- Les techniques d'interview en période de crise : informative, polémique, technique, courte, incisive.

### **Gérer une communication de crise sur le web**

- Mesurer les enjeux du web social et les risques de propagation des messages sur les réseaux sociaux.
- Identifier les nouveaux acteurs du web.
- Utiliser le média internet : outil efficace et performant dans la gestion des crises.

### **Sortir "plus fort" d'une période de crise**

- Jouer la transparence, parler d'un seul homme, évaluer sereinement la rapidité avec laquelle la crise est désamorcée.
- Le contact avec les journalistes, les rencontres, le suivi, le maintien, voire le développement du lien avec les médias.

## **TRAINERS**

Guillaume  
STERIN

Eric  
COUTARD

## **MOYENS HUMAINS ET TECHNIQUES**

Les méthodes pédagogiques : expositive, démonstrative, interrogative, de découverte et expérientielle sont pratiquées lors de la formation.

Nombreux exercices à partir de différents scénarios de crise.

## **LIEUX ET DATES :**

### **À distance**

11 et 12 mai 2021  
21 et 22 juil. 2021

### **Paris**

20 et 21 oct. 2021  
20 et 21 oct. 2021  
09 et 10 févr. 2022

