

Savoir communiquer quand tout se joue en quelques secondes : *transformer crises et médias en opportunités d'influence*

Le secteur associatif et médico-social évolue dans un environnement médiatique et public de plus en plus rapide et exigeant. Bad buzz, articles négatifs, tweets viraux... chaque prise de parole peut impacter instantanément l'image et la réputation d'un établissement. Dans ce contexte, comment préparer les DG et DGA à communiquer efficacement, même sous pression, et transformer chaque interaction en opportunité d'influence ?

Cette journée de formation a été conçue pour partager outils, méthodes et retours d'expérience, et permettre aux dirigeants de développer des réflexes opérationnels face aux situations médiatiques sensibles ou aux crises communicationnelles.

OBJECTIFS

- Maîtriser sa communication en situation sensible ou de crise
- Anticiper et gérer les interactions avec journalistes et médias
- Développer ses réflexes face aux réseaux sociaux et bad buzz
- Préserver et valoriser l'image de son établissement
- Renforcer sa crédibilité et son leadership

CONTENU

Communication stratégique pour DG/DGA

- Rôle clé des dirigeants dans la représentation de l'organisation et impact sur l'image et la réputation
- Attentes des journalistes et risques liés à une mauvaise gestion de la communication
- Notion de crédibilité immédiate et influence en quelques secondes

Comprendre et gérer les médias

- Contraintes et typologies des médias : presse locale, nationale, spécialisée
- Nouveaux relais d'opinion : blogueurs, influenceurs, réseaux sociaux
- Gérer les appels et demandes presse : filtrer, évaluer, préparer ses messages
- Exercices pratiques : simulation d'appel urgent pour tester les réflexes

Gérer crises et situations difficiles

- Réagir face à articles négatifs, bad buzz et avis en ligne
- Identifier signaux faibles et différencier incident isolé vs crise médiatique
- Elaboration et mise en œuvre d'un plan de communication de crise
- Atelier pratique : scénario de crise en temps réel pour tester la réactivité

Techniques de prise de parole et clôture

- Structurer ses messages clés en 3 points et adopter un langage clair et impactant
- Savoir répondre « je ne sais pas » sans perdre en crédibilité
- Synthèse des bonnes pratiques et élaboration d'une checklist opérationnelle
- Réflexion sur le rôle du dirigeant comme ambassadeur et sur l'importance stratégique de la communication



Jeu 18 décembre, à Bordeaux



390 € adhérent

585 € non-adhérent

(par personne)



1 jour

01 53 98 95 03 – formation@fehapp.fr

Prérequis

Aucun

REMPLISSEZ UN BULLETIN D'INSCRIPTION EN LIGNE

PUBLICS

- DG
- DGA

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Pédagogie interactive alternant :

- Échanges interactifs
- Ateliers pratiques et mises en situation

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation -

- Test de positionnement d'entrée
- Test de positionnement de sortie
- Quiz intermédiaires
- Questionnaires de satisfaction

INTERVENANTS

Maryse de Wever – Directrice de la communication et des relations institutionnelles de la FEHAP, experte en communication stratégique et relations presse