



COMMUNICATION DE CRISE ET COMMUNICATION SENSIBLE

PROGRAMME DE FORMATION



« Avec le développement massif des technologies de l'information et de la communication, la richesse des entreprises est de plus en plus une richesse immatérielle et donc sensible »

*L'économie de l'immatériel,
Maurice Lévy et Jean-Pierre
Jouet.*



Cette formation à la communication sensible et à la communication de crise vous fournira les outils et techniques pour gérer efficacement les différentes étapes d'une communication de crise.

Cela, même sous la pression et bien sûr avec les contraintes du direct (interview téléphonique, conférence de presse, point presse, plateau TV etc.) !

◎ PARTICIPANTS

- Chefs d'entreprise, dirigeants, cadres dirigeants, experts, amenés à intervenir auprès des médias en contexte de communication sensible et/ ou de gestion de crise.

◎ COMPÉTENCES TRAVAILLEES avec la méthode du media acting®

Maîtrise de soi
Gestion du stress et des émotions
Conviction et impact
Confiance en soi
Capacité d'écoute
Capacité à influencer

◎ OBJECTIFS

- Comprendre les attentes des journalistes qui couvrent une crise.
- Définir les rôles du Porte-parole d'entreprise ainsi que ses périmètres de communication au sein de la cellule de crise.
- Rester maître de sa communication malgré la pression médiatique.
- Gérer efficacement les différentes étapes d'une communication de crise sous la pression et avec les contraintes du direct (interview téléphonique, conférence de presse, point - presse, plateau TV...)

◎ INTERVENANTS

- Journalistes, spécialistes de la Com de crise et de l'organisation de simulations de crises, in situ.
- Experts en communication non-verbale et posture du messenger

◎ DUREE

Sur mesure, à la carte

◎ PREREQUIS

- aucun


PROGRAMME (sur mesure)

- **Diagnostic(s) individuel(s)**
 - Interview par téléphone du (ou des) participant(s), réalisée dans la semaine précédant le training proprement dit. Cette interview permet d'évaluer le degré de maîtrise dans la prise de parole, médiatique en particulier.
L'interview est réalisée par un journaliste et s'inscrit dans un cadre professionnel.
- **Maîtrise de l'interview médiatique**
 - Restitution des interviews téléphoniques sous forme d'un article rédigé par le journaliste - interviewer qui effectuera un décryptage pour chaque participant : ce qu'il a dit au journaliste, ce que celui-ci en a retenu et ce qu'il a écrit → de la nécessité de préparer son message - clé
 - Apports théoriques : comment répondre à un journaliste.
 - Les 12 règles de l'interview réussie
 - Logique GRP : couvrir sa cible et répéter inlassablement son message pour obtenir mémorisation et prégnance des éléments de langage travaillés avec la cellule communication de crise.



COMMUNICATION DE CRISE ET COMMUNICATION SENSIBLE

- **De la dépêche AFP à la communication** : remise au(x) participant(s), d'un scénario de crise, sous la forme d'une dépêche AFP, distribution d'un communiqué de presse rédigé par le service de Com ou une agence RP.
Décryptage par le formateur de la forme du message et de la forme du messenger (Empathie, forme rassurante, émotion et raison, posture du porte-parole)
- **« Allo, c'est pour une interview... »** : appel du journaliste pour une interview radio ou presse écrite (digital et print) : le(s) participant(s) doi(ven)t délivrer LE message, quelles que soient les questions du journaliste.
Résistance à la pression, techniques du Block & bridge, méthode du « mot - confort », de la « phrase - charnière » ou/et du « mot neutre », gestion du rythme et des silences
- **Silence, ça tourne !** Le porte-parole est invité sur un plateau TV d'une chaîne grand public.
Concision et conviction, congruence de la posture du messenger avec le climat de l'émission, cohérence du non-verbal avec le message, eye contact, de l'expert au facilitateur (utilisation de l'analogie), contextualisation de l'information
- **Une déclaration, SVP !** Interview réalisée sans préparation, au débotté, debout, micro braqué sous le nez et en étant sommé de s'exprimer.
Apprendre à résister à la pression médiatique, gagner en agilité pour réussir à placer son message, maîtrise du temps et de l'espace, déjouer les manifestations de la surprise ou de la déstabilisation.
- **La Conférence de presse** : le(s) participant(s) est (sont) amené(s) à animer une conférence de presse.
Prendre possession d'une salle, s'adresser à un auditoire et non à une feuille de papier, porter et faire varier l'intonation de sa voix, adapter sa gestuelle, apporter les bonnes réponses aux questions, tout en délivrant LE message, répondre à ce qui est dit, pas au non-dit, répondre aux 7 nains (typologie de comportements des questionneurs) présents dans l'auditoire, sans agressivité ni arrogance.

Exercices pratiques sous l'œil de la caméra.
Relecture, décryptage et conseils du  formateur.

ORGANISATION ET TARIF

Tarif

En intra – entreprise :

nous consulter pour un montage sur-mesure sur

@ info@personnalite.fr

📞 33 (0)1 46 05 44 66

Formats possibles

- Français Anglais
- Présentiel Distanciel
- Intra-entreprise sur-mesure
- Groupe Individuel

Livrables

- Séquences individuelles filmées
- Mémos pédagogiques

Le media acting[®]

Une méthodologie pédagogique déposée

Le **media acting[®]** est une méthode spécifique et exclusive de **Personnalité**, qui structure l'animation de toutes nos formations.

Elle place le **participant** et ses objectifs au cœur du processus.

Il devient acteur de sa progression par les multiples mises en situation qu'il réalisera sous l'œil de la caméra.



L'action ainsi enregistrée est systématiquement débriefée par le regard précis et opérationnel de nos experts provenant

- ✓ des **métiers de la scène** pour le comportement
- ✓ des **médias** pour l'impact du message
- ✓ ou encore, par exemple, de **corps d'élite de négociation** pour la qualité des ponts de communication.

C'est grâce à l'engagement de l'apprenant, **au miroir de la caméra**, à l'excellence de nos experts et à la recherche universitaire qui irrigue et structure nos formations, que l'expérience pédagogique **Personnalité** est le chemin le plus court et le plus ludique pour acquérir les compétences relationnelles.

Nos 45 formateurs, sont des **personnalités** expertes dans des domaines d'activité aussi pointus que variés, des univers aux antipodes de ceux que nous formons.

Ils sont **journalistes, comédiens, coachs vocaux, négociateurs du GIGN, boxeurs, pilotes de ligne ou encore préparateurs de sportifs de haut niveau...**

Leur mission ? Élargir un territoire, bousculer des habitudes, apprendre d'une expérience professionnelle différente : la leur.

De leur univers professionnel, ils vont extraire les meilleurs outils, pour les transférer aux participants, afin qu'ils en retirent le meilleur au profit de leurs prises de parole stratégiques, négociations à fort enjeu, affirmation du leadership, management de la performance collective...

L'équipe pédagogique de Personnalité, sous la direction de Laurent Philibert (directeur de la pédagogie et de l'innovation), est formée à la méthode du Media Acting.

Cette méthode exclusive du « **learning by doing** » (80% de pratique et 20% de théorie) peut être déclinée en français, anglais, allemand, italien, espagnol et russe.

PERSONNALITÉ