

# ANNEXE

## Programmes de Formation

### 1. Communication interne

#### Durée et format

- 2 jours en présentiel + 7 heures en distanciel

#### Objectifs

Donner une vue générale des leviers de succès pour améliorer le pilotage de votre mission de communication interne et répondre aux nouveaux enjeux de la fonction.

En apportant conseils, outils, méthodes, exemples et entraînements adaptés aux besoins, cette formation vous permettra de mieux servir, impliquer et animer l'ensemble de votre écosystème interne.

#### Pré-requis

Cette formation s'adresse à des communicants possédant au moins 2 à 5 ans d'expérience et maîtrisant la gestion de projet

### 2. Communication de crise

#### Durée et format

- 2 jours en présentiel

#### Objectifs

- Connaître son rôle en situation de crise
  - Posture du communicant
  - Rôle au sein de la cellule de crise
- Prévenir et gérer les crises: dispositifs et comportements
  - Repérer les signaux faibles
  - Distinguer crise opérationnelle (avec PCA, ex de la CAF) et crise médiatique
- Communiquer en interne et en externe en situation de crise
  - Les bonnes pratiques techniques
  - Les règles comportementales au sein de la cellule de crise : gestion, communication, prise de décision

#### Pré-requis

Maîtrise des fondamentaux de la Communication

# 1. Communication interne

## Appréhender les enjeux de la fonction communication interne aujourd'hui

- Les nouveaux enjeux : complexité, authenticité, surinformation, porosité
- Les différentes missions de la communication interne : de la motivation à la coopération
- De l'intranet aux médias sociaux d'entreprise
- L'accompagnement du changement

## Servir, impliquer et animer son écosystème interne

- Le rôle de la communication interne face à ses trois principales parties prenantes –Direction, RH, juridique
- Animer un réseau de communicants
- Accompagner les managers pour en faire des acteurs plus efficaces de la communication interne
- Mesurer et valoriser son action et ses résultats

## Construire une stratégie de communication interne

- Identifier les objectifs
- Analyser et segmenter ses publics
- Définir une stratégie relationnelle
- Répartir ses contenus
- Etablir son plan de communication

## Optimiser sa gestion au quotidien

- Fluidifier l'information et développer la performance de ses supports
- Considérer les atouts de la Qualité de Vie au Travail
- Maîtriser l'environnement juridique de la communication interne
- Suivre les évolutions du secteur et entretenir ses relations professionnelles

## Conclusion, évaluation

### PARTIE EN DISTANCIEL – 7 heures

#### En amont des 2 jours en présentiel (1h30)

- Questionnaire préalable sur les outils de communication à évaluer, les objectifs et les indicateurs suivis
- Prise de recul sur son expérience : formalisation rapide d'exemples et de questions prioritaires
- Recueil de modèles de campagne de communication et d'évaluation

#### En aval des 2 jours en présentiel (5h30)

##### Dès la fin du présentiel :

- Chaque participant prend connaissance de l'exercice à réaliser à distance : « Vis mon job », des sous-groupes sont constitués et un guide line est remis
- Transmission par mail au formateur de la recommandation réalisé par chaque groupe

##### J+3 semaines :

- Transmission par mail au formateur du document de travail réalisé par le participant
- Corrigé du formateur au participant/groupe par mail.

##### J+4 semaines :

- Corrigé du formateur au participant/groupe par mail
- Q/R avec le formateur sur le domaine couvert, pendant 1 mois.

## 2. Communication de crise

### Appréhender les enjeux de la gestion des crises

- Définir la crise, les éléments déclencheurs, la dynamique, les paramètres amplificateurs
- Identifier le rôle des médias traditionnels, le pouvoir des réseaux sociaux : déclencheurs ou amplificateurs

### Qu'est ce qu'une cartographie des risques ?

- Connaître les risques majeurs, et leur probabilité d'occurrence
- Distinguer les risques opérationnels des risques médiatiques

### Qu'est ce qu'un dispositif de prévention, gestion et communication de crise (les bonnes pratiques) ?

- Se repérer dans les dispositif de crise (repérage, alerte, mobilisation, gestion, communication)
- Et quels rôles pour les acteurs et les collaborateurs ?

### Comment gérer la crise ?

- Connaître les 3 stratégies de gestion des crises : passive, réactive, proactive
- Cartographier les acteurs et choisir la stratégie
- Se fixer un objectif et définir un plan d'actions
- Appréhender les 3 S de la gestion des crises : Stabiliser, Sécuriser, Soigner

### Communiquer en interne en situation de crise

- Comprendre les besoins psychologiques des collaborateurs
- Recenser l'information et la mettre en forme
- Organiser la prise de parole et miser sur la proximité
- Communiquer dans le FRACAS© (*Questions à se poser face au démarrage d'une crise : les FAITS, les RESSOURCES disponibles pour prendre les 1ères mesures, les 1ères ACTIONS envisagées et les 1ères COMMUNICATIONS qui peuvent être faites, comment ANTICIPER les scénarios, quelles sont les SOLUTIONS possibles*)
- Faire face aux comportements sous stress
- Gérer ses propres émotions

### Communiquer en externe en situation de crise

- Organiser la prise de parole
- Préparer les éléments de langage
- Adapter le messages aux médias et parties prenantes
- Choisir de communiquer par écrit : comment, pour quoi et avec quelles limites ?
- Communiquer sur les RS
- Voir venir et déjouer les pièges

### Se donner des règles pour bien gérer les crises

- Elaborer les règles de comportement
- Choisir des règles de communication
- Améliorer sa prise de décision et limiter les biais cognitifs en situation de stress
- Adopter une approche systémique pour faire face à l'adversité

### Sortir de la crise

- Démobiliser la cellule
- Faciliter la déclusion
- Assurer le débriefing et la capitalisation
- Mettre le place le PARC© Plan d'Action de Reconquête des Cibles (*quelles sont les actions de communication qui vont être mises en place pour regagner la confiance et recréer le lien*)

### Conclusion, évaluation