

# COMMUNICATION DE CRISE

## DURÉE

Deux journées de 9h à 17h

## DATES

Les 9 et 10 novembre 2017

## LIEU

IHECS ACADEMY  
27 rue des Grands Carmes  
1000 Bruxelles

## INSCRIPTION

[www.ihecs-academy.be](http://www.ihecs-academy.be)

## INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Bad Buzz – incident de production – atteinte à la réputation - catastrophe naturelle, agression, accident de transport : les médias sont à l'affût, les journalistes veulent savoir tout de suite à chaud. Le grand public réagit à la moindre information. Cette formation vous aidera à anticiper, préparer, organiser une réaction appropriée vers le public et les médias.

## CONTEXTE

La crise survient au moment où l'on s'y attend le moins. Pourtant, dans la majorité des cas, elle pourrait être évitée. Une communication de crise non-prévue et non-préparée devient alors un facteur aggravant de la crise. Le facteur temps est également primordial.

Il ne peut y avoir une bonne communication de crise sans une bonne préparation préalable, basée sur des hypothèses concrètes.

Ce module vous aidera à élaborer une stratégie de communication interne et externe en situation de crise. Il peut être envisagé en complément au module média training sur la communication de crise, lequel vise plus spécifiquement l'aspect de communication vers les médias au travers d'exercices pratiques.

## OBJECTIFS

- Aider à détecter les facteurs de crises potentielles inhérents à toute organisation ;
- Faire la différence entre Bad Buzz et crise ;
- Constituer une équipe de crise et préciser le rôle de chaque partie prenante et en particulier de la communication ;
- Choisir la bonne stratégie de communication en fonction de la situation présente ;
- Prendre en compte le rôle des médias et notamment l'impact des réseaux sociaux.

## CONTENU

### 1, QU'EST-CE QU'UNE CRISE ?

- Définitions. Différences entre crises et Bad Buzz
- La crise comme point de rupture. A quel moment se trouve-on en situation de crise ?
- Les temps forts de la crise (ligne du temps)
- La crise : facteur de changement

### 2, SE PRÉPARER À LA CRISE

- La cellule de crise : constitution et fonctionnement
- La différence entre gestion de crise et communication de crise
- Le travail sur les hypothèses (détecter les facteurs de crise)
- Le rôle de la communication (interne et externe)
- L'impact du Bad Buzz et de la crise sur l'image de l'entreprise
- La modification des structures hiérarchiques
- Comment rester opérationnel en toutes circonstances.

### 3, LA COMMUNICATION DE CRISE

- Stratégie de communication : choisir entre le silence et la transparence. Exemples concrets
- Les outils de communication de crise
- Les relations avec la presse
- Les réseaux sociaux, entre informations et rumeurs, peut-on gérer le buzz ?
- Les grands principes de gestion d'un Bad Buzz
- La communication interne : éléments-clés pour sortir de la crise

# COMMUNICATION DE CRISE

## DURÉE

Deux journées de 9h à 17h

## DATES

Les 9 et 10 novembre 2017

## LIEU

IHECS ACADEMY  
27 rue des Grands Carmes  
1000 Bruxelles

## INSCRIPTION

[www.ihecs-academy.be](http://www.ihecs-academy.be)

## INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

## 4. L'APRÈS CRISE

- Évaluer l'impact sur l'image de l'entreprise
- Restaurer l'image de l'entreprise
- Évaluer la communication de crise
- Corriger et améliorer la stratégie et les processus de communication de crise

## MÉTHODE

Ancrage de concepts théoriques sur des cas pratiques et des exemples concrets.  
Travail sur les productions des participants.  
Syllabus de cours.

## PUBLIC CIBLE

Cadres dirigeants, DRH, responsables de communication, chargés de relations avec la presse et les médias, porte-paroles chargés de communication, élus en charge de la communication, membres de cabinet, consultants, administrateurs judiciaires, administrateurs provisoires, gestionnaires de crise, curateurs.

## FORMATEUR

PATRICK VANDOORNE, directeur de Com4You, société de consultation et de formation en communication, est actif dans la communication d'entreprise depuis plus de 25 ans. Il est également professeur à l'IHECS depuis 1996. Après avoir participé au lancement de Télé-MB, il rejoint le département de presse-interne de la BBL en 1986 où il contribue à la mise en place du magazine vidéo interne et à la production des magazines écrits. Il coordonne également les grands événements internes. En 1997, il intègre le département de communication interne du crédit communal en tant que spécialiste multimédia. Il coordonne les vidéos d'entreprise, la mise en place des magazines électroniques et participe à l'élaboration des stratégies de communication interne. En 2003, il prend la tête du département multimédia pour le groupe Dexia avec pour mission de développer la communication événementielle et les outils multimédia pour l'ensemble du groupe. En 2011, il quitte délibérément Dexia et se tourne vers la consultation et la formation. Membre de l'ABCI, il a participé à des programmes de formation en communication interne et événementielle pour le CPF, l'IHECS et l'IFA.