

Communication de crise

(8'35'43 heures)
COMCRI-01

★ OBJECTIFS

- Définir les notions de communication, organisation,
- Rappeler le contexte historique de l'avènement et de l'évolution du concept de communication de crise.
- Identifier la crise dans la communication d'entreprise ;
- Décrire le déroulement des crises ;
- Citer les typologies des crises ;
- Expliquer l'accélération des crises ;
- Lister les éléments pour se préparer et anticiper la crise...

INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 10h12

i FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Evulugo identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

🏛️ MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Question/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

💬 CONTACT

Tél :

01 84 80 80 95

E-mail :

accompagnement@evolugo.fr

NDA :

42680221468

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

- Test de positionnement **5'00**

Module 1 : Les fondamentaux de la communication de crise

- Présentation **5'48**
- Objectifs de la formation **2'56**
- Programme **1'58**
- La communication **3'49**
- Organisation **0'53**
- Institution **1'51**
- La communication institutionnelle **6'10**
- L'image de marque **2'21**
- Relations publiques **2'22**
- Relations presse **2'52**
- Publicité **3'49**
- Crise **2'19**
- Communication de crise **4'25**
- Gestion de crise **7'02**
- Service de communication **2'11**
- Cellule de crise **6'27**
- Le 15 avril 1912 : Le Titanic **4'01**
- Le traitement médiatique suite au naufrage du Titanic **4'57**
- 1972-1974 : Le Watergate **3'17**
- McDo SuperSize ME **2'59**
- Les stratégies de communication de McDonald's suite à la sortie du film **5'33**
- Société Générale **3'19**
- Les stratégies de communication de la Société Générale **6'22**
- L'affaire Société Générale devient l'affaire Kerviel **3'26**
- Evolution historique de la notion de communication de crise **10'22**
- Les grands courants de pensée **7'17**

Communication de crise

(8'35'43 heures)
COMCRI-01

★ OBJECTIFS

- Définir les notions de communication, organisation,
- Rappeler le contexte historique de l'avènement et de l'évolution du concept de communication de crise.
- Identifier la crise dans la communication d'entreprise ;
- Décrire le déroulement des crises ;
- Citer les typologies des crises ;
- Expliquer l'accélération des crises ;
- Lister les éléments pour se préparer et anticiper la crise...

INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 10h12

i FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Evolugo identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

🏛️ MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Question/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

💬 CONTACT

Tél :
01 84 80 80 95
E-mail :
accompagnement@evolugo.fr
NDA :
42680221468
Nom de l'accompagnateur :
Anthony PITKANITSOS

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

○ Caractéristique n°1 : Les intervenants Principaux	1'55
○ Caractéristique n°2 : L'onde de choc	1'38
○ Caractéristique n°3 : L'excès d'informations	4'35
○ Caractéristique n°4 : Un contexte imprécis	4'51
○ Caractéristique n°5 : La notion du temps perturbé	4'31
○ Facteurs d'aggravation des crises actuelles	3'06
○ L'organisation d'un service de communication de crise transversale	3'37
○ Le rôle de l'image de marque dans la communication de crise	6'07
○ Les 4 phases de vie des crises	1'17
○ La phase préliminaire	1'40
○ La phase aiguë	1'42
○ La phase chronique	1'16
○ La phase de cicatrisation	5'40
○ Typologie de base	2'57
○ Typologie des crises organisationnelles	3'52
○ La dimension économique	2'57
○ La dimension technique	3'41
○ La dimension politique	2'46
○ La dimension corporate	1'48
○ Facteur n°1 : la déhiérarchisation	3'02
○ Facteur n°2 : la responsabilisation des usagers	0'51
○ Facteur n°3 : Le World Wide Web	1'36
○ Facteur n°4 : la globalisation	3'56
○ Facteur n°5 : les nouvelles technologies (NTI)	2'03
○ Facteur n°6 : le rôle des médias	2'14
○ Facteur n°7 : le progrès de la réglementation	0'41
○ Facteur n°8 : le pouvoir judiciaire	2'22
○ Facteur n°9 : le pouvoir associatif	0'48
○ Facteur n°10 : le pouvoir salarial	2'17
○ Facteur n°11 : la science de la mesure	1'46
○ Quiz	25'00
TOTAL :	3'35'18

Communication de crise

(8'35'43 heures)
COMCRI-01

Module 2 : Anticiper la crise

★ OBJECTIFS

- Définir les notions de communication, organisation,
- Rappeler le contexte historique de l'avènement et de l'évolution du concept de communication de crise.
- Identifier la crise dans la communication d'entreprise ;
- Décrire le déroulement des crises ;
- Citer les typologies des crises ;
- Expliquer l'accélération des crises ;
- Lister les éléments pour se préparer et anticiper la crise...

INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 10h12

i FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Evulogo identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

🏛 MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Question/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

🗨 CONTACT

Tél :

01 84 80 80 95

E-mail :

accompagnement@evolugo.fr

NDA :

42680221468

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

○ Comment atténuer les conséquences de la crise	2'29
○ La cartographie des risques	4'35
○ La préparation	2'35
○ L'introspection	1'07
○ La mise à jour permanente des informations	0'52
○ Exercice de simulation	2'23
○ La cellule de crise	1'16
○ Qui fait partie de la cellule de crise ?	4'59
○ Le porte-parole	3'53
○ 5 facteurs de réussite de la cellule de crise	3'51
○ Le document de suivi	2'41
○ Etape 1 - La stratégie de communication	5'22
○ Etape 2 - Le sens des mots	2'41
○ Etape 3 - Le media training	2'45
○ Etape 4 - Le plan stratégique de relations publiques	2'40
○ Les organismes de réglementation gouvernementaux et les responsables des politiques	1'44
○ Les médias	2'05
○ Les témoins auditifs et oculaires	4'59
○ Quiz	20'00
TOTAL :	1'24'54

Module 3 : Gérer la crise

○ Les objectifs de la gestion de crise	1'30
○ La gravité de l'événement	1'57
○ La notoriété des médias relais	2'02
○ La prise en compte des différents protagonistes de l'histoire	1'36
○ La maîtrise des éléments factuels	1'36
○ La plausibilité	1'15
○ La mise en lumière des charges	2'08
○ La notion du temps	1'05
○ La survie de l'organisation	3'06

Communication de crise

(8'35'43 heures)
COMCRI-01

★ OBJECTIFS

- Définir les notions de communication, organisation,
- Rappeler le contexte historique de l'avènement et de l'évolution du concept de communication de crise.
- Identifier la crise dans la communication d'entreprise ;
- Décrire le déroulement des crises ;
- Citer les typologies des crises ;
- Expliquer l'accélération des crises ;
- Lister les éléments pour se préparer et anticiper la crise...

INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 10h12

i FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Evulogo identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

🏛️ MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Question/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

💬 CONTACT

Tél :

01 84 80 80 95

E-mail :

accompagnement@evolugo.fr

NDA :

42680221468

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

- Le discours transparent VS le démenti 4'54
- Stratégie n°1 : adopter la stratégie de la reconnaissance 5'22
- Stratégie n°2 : l'art de déplacer le débat avec le projet latéral 1'10
- Le transfert de l'attention 1'29
- La contre-attaque 1'26
- Amener l'accusation sur une autre piste 2'09
- Désigner les leaders 1'16
- Réduire sa responsabilité par la victimisation 1'26
- Il y a pire ailleurs 0'55
- La stratégie de l'évitement 1'03
- Stratégie n°3 : Le refus de communiquer 1'08
- Le déni de crise 1'15
- Le bouc-émissaire 2'59
- Le silence 7'08
- Le chaînon-manquant 5'30
- Le changement dans le temps 2'34
- Les enjeux médiatiques pendant la crise aiguë 1'51
- La fonction des médias pendant la crise 3'57
- L'hyper-communication 1'37
- La personification des scandales 1'45
- La mondialisation 2'02
- La simplification à outrance 1'54
- Le catastrophisme 1'48
- La réactivité 4'59
- Qui est le coupable 3'26
- Les outils de communication avec l'externe 2'45
- Internet 0'55
- Les portes-ouvertes 1'13
- Le numéro vert 1'05
- La diffusion des messages 1'14
- Les crises à long terme 3'02
- La répétition du message principal 3'13
- L'essence du message 5'36
- La reconnaissance journalistique 2'08

Communication de crise

(8'35'43 heures)
COMCRI-01

★ OBJECTIFS

- Définir les notions de communication, organisation,
- Rappeler le contexte historique de l'avènement et de l'évolution du concept de communication de crise.
- Identifier la crise dans la communication d'entreprise ;
- Décrire le déroulement des crises ;
- Citer les typologies des crises ;
- Expliquer l'accélération des crises ;
- Lister les éléments pour se préparer et anticiper la crise...

INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 10h12

i FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Evolugo identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

🏛 MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Question/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

💬 CONTACT

Tél :
01 84 80 80 95
E-mail :
accompagnement@evolugo.fr
NDA :
42680221468
Nom de l'accompagnateur :
Anthony PITKANITSOS

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

○ La gestion de l'urgence	1'42
○ La gestion de l'après-crise	1'57
○ Quiz	22'00
TOTAL :	2'08'06

Module 4 La gestion de crise à l'ère du digital

○ Internet, nouveau lieu naissance des crises	8'26
○ Internet garde en mémoire toutes les crises	1'53
○ L'amplification de la crise dûe à Internet	3'40
○ La veille informationnelle et stratégique	3'04
○ L'échange rapide des informations	7'26
○ De la naissance à la diffusion de nouvelles théories	2'03
○ Comment gérer la diffusion des rumeurs ?	3'36
○ L'inquiétude dans un contexte de crise	1'21
○ La science n'est pas aussi réactive que la comm'	1'35
○ L'anti-capitalisme croissant	1'47
○ La notion de responsabilité	1'17
○ L'interprétation des messages	1'38
○ Une colère assumée	3'28
○ Le retournement des opinions / des opinions pas toujours tranchées	2'12
○ La gestion de la crise en interne	1'38
○ La communication managériale	1'23
○ La communication directe et indirecte	2'03
○ Une communication en 3 temps	1'53
○ Les stratégies de communication en interne	4'39
○ Le ciblage	2'28
○ L'attitude	1'20
○ L'instantanéité	1'25
○ L'intégration	1'01
○ La finitude	2'09
○ Quiz	22'00
TOTAL :	1'25'25

TOTAL : 8'35'43

OBJECTIFS

- Définir les notions de communication, organisation,
- Rappeler le contexte historique de l'avènement et de l'évolution du concept de communication de crise.
- Identifier la crise dans la communication d'entreprise ;
- Décrire le déroulement des crises ;
- Citer les typologies des crises ;
- Expliquer l'accélération des crises ;
- Lister les éléments pour se préparer et anticiper la crise...

INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 10h12

FINANCEMENT

Une action de formation peut faire l'objet d'une prise en charge OPCO. Evulugo identifie et vous accompagne dans les démarches de financement.

MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Question/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

CONTACT

Tél :

01 84 80 80 95

E-mail :

accompagnement@evolugo.fr

NDA :

42680221468

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

HORAIRES

Libres en E-learning