

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

i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 8h35

🏠 FINANCEMENT

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

🧩 MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

💬 CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

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
- Caractéristique n°1 : Les intervenants Principaux 1'55

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

i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 8h35

🏠 FINANCEMENT

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

🧠 MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

💬 CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

○ 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

★ 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

i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 8h35

🏠 FINANCEMENT

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

🧠 MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

💬 CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

Module 2 : Anticiper la crise

○ 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

i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 8h35

🏛 FINANCEMENT

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

🧩 MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

💬 CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

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 personnification 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

i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 8h35

🏛 FINANCEMENT

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

🧩 MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

💬 CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

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 due 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

i INFORMATIONS

- **Public :** Professionnels de l'Immobilier ou du crédit
- **Prérequis :** Aucun
- **Durée :** 8h35

🏛 FINANCEMENT

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

🧩 MOYENS

Pédagogiques :

- Apports théoriques
- Études de cas
- Questions/Réponses

Matériels :

- Ordinateurs / Tablettes / Smartphones
- Paperboard

Méthodes d'évaluation :

- Quiz
- QCM

💬 CONTACT

Tél :

01 87 66 02 19

E-mail :

contact@immoforma.fr

NDA :

76311071831

Nom de l'accompagnateur :

Anthony PITKANITSOS

🕒 HORAIRES

Libres en E-learning

L'accompagnement pédagogique

L'accompagnement pédagogique est assuré avec un formateur qui forme l'apprenant dans un parcours individuel, précisément adapté au besoin de l'apprenant dans le but d'obtenir la certification visée.

En dehors des heures de formations prévues, l'organisme prévoit un accompagnement pour s'assurer de la satisfaction de l'apprenant, de la conformité administrative de son dossier ainsi qu'un temps particulier pour la préparation à la certification.

L'accompagnement technique

En début de parcours, un accès e-learning est envoyé à l'apprenant. Son utilisation est facultative mais permet à l'apprenant d'asseoir ses compétences théoriques. Les heures de connexion ne sont jamais décomptées des heures de formation prévues.

L'apprenant a un accès à une plateforme développée en interne par Competences First pour gérer les documents pédagogiques (Attestations , émargement, etc..).