Clai

Corporate Advocacy®

Notre expertise formation

Coaching, mediatraining
Exercices de simulation de crise
Formations digitales

2012 les Agences de l'Année

2014 les Agences de l'Année

2017 les Agences de l'Année

TOP/COM 2013 RELATIONS PUBLIQUES

TOP/COM 2016 SECTION DESIGN

Novembre 2018

Confidentiel – Tous droits réservés

NOS INTERVENTIONS EN COACHING ET MEDIATRAINING

> Assemblée générale, intervention délicate devant le Comité d'Entreprise, participation à un colloque, invitation sur un plateau TV, porte-parolat lors d'une crise… Dans toutes ces situations, **il n'y a pas de bonne communication sans préparation.**

> Les séances de coaching et media training visent à **travailler la prise de parole des dirigeants et managers** avec pour objectif de rendre leurs prestations les plus efficaces possibles : rappel des bons réflexes à adopter, correction des défauts éventuels, accentuation des points forts, mise en valeur des messages efficaces etc.

> Dans certains cas, il s'agit de véritables formations de personnes n'ayant pas l'habitude des relations médias (**mediatraining**), dans d'autres cas il s'agit de préparer une prise de parole spécifique avec de forts enjeux (**mediacoaching**)

> Animée par un ou deux consultants CLAI, avec l'aide si besoin d'intervenants spécialisés, une séance de coaching ou media training peut-être individuelle ou collective. Sa durée varie en fonction des besoins et des contraintes des participants.

Le cabinet CLAI est agréé organisme de formation.

Confidentiel – Tous droits réservés

NOS INTERVENTIONS EN COACHING ET MEDIATRAINING

Organisation et déroulement d'une séance de mediatraining

- La séance vise à travailler en profondeur et de façon personnalisée la prise de parole du porte parole sur la base de scenarios travaillés à l'avance.

- Ces scénarios sont inspirés de situations réelles, notamment de risques internes ou externes auxquels l'entreprise peut être exposée quotidiennement

- Nous préparons chaque séance sur la base de thématiques validées en amont
  - Prise de connaissance des éléments de fonds
  - Veille de l'actualité sur le sujet
  - Préparation de questions/réponses

- Lors de la séance, après le rappel des consignes fondamentales pour la prise de parole médiatique, nous exposons le porte-parole à plusieurs exercices successifs avec enregistrement des interventions, visionnage, debrief, analyse des points forts/points faibles etc.

Confidentiel – Tous droits réservés

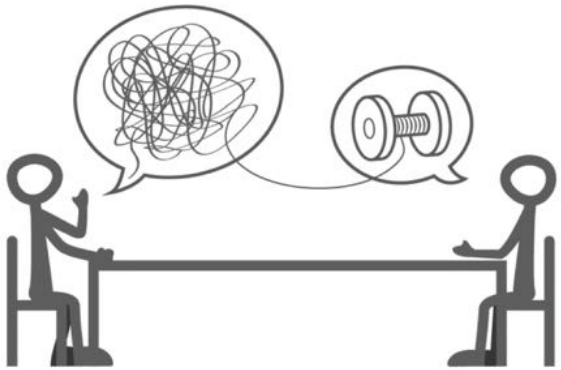
NOS INTERVENTIONS EN COACHING ET MEDIA TRAINING

Les intervenants complémentaires

- Nous pouvons faire appel, si nécessaire, à des **journalistes de renom** en activité, en fonction de la nature des sujets à préparer (crise, accident, résultats financiers, etc.) ou des qualités des porte-parole à travailler plus particulièrement (clarté du message, communication en situation de stress etc.).

- Nous collaborons ainsi régulièrement avec des journalistes des rédactions de **BFM TV, CNews, France 5, Public Sénat, l'AFP, Le Figaro, France Info,** etc. Ces journalistes sont sous contrat de stricte confidentialité et souhaitent que leur anonymat soit préservé.

- Nous travaillons également ponctuellement et si nécessaire avec des **comédiens professionnels et coachs**, spécialistes des techniques théâtrales et de développement personnel.



Confidentiel – Tous droits réservés

NOS INTERVENTIONS EN COACHING ET MEDIA TRAINING

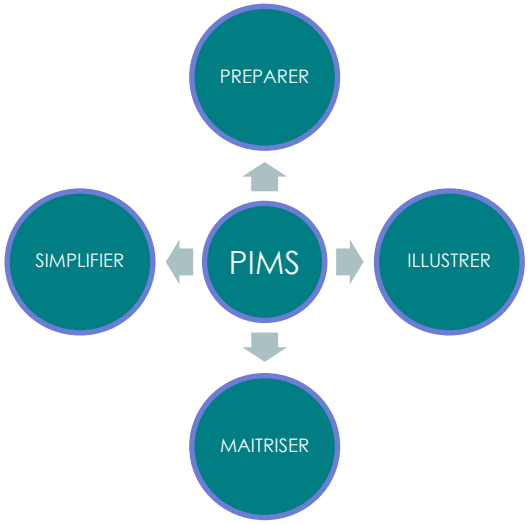
CLAI dispose d'un studio de formation équipé de tous les outils nécessaires :

- une **salle dédiée** dans des locaux au cœur de Paris (8ème);
- deux **caméras numériques** HD sur pied ;
- un **matériel d'enregistrement et de visionnage** modernes (micro table, TV grand écran, etc.).

Confidentiel – Tous droits réservés

NOS LIVRABLES EN COACHING ET MEDIA TRAINING

> Note méthodologique



> Rush des exercices

> Compte-rendu de séance

Exercice 1 : Réunion de service

1. **Déroulé de l'exercice**
   - *Préparation durant 10 minutes*
   - *Le manager de proximité doit, lors d'un passage individuel, présenter le projet 2018 rapidement, environ 5 minutes*
2. **Enseignements de l'exercice**

Groupe 1 :	Groupe 2 :
> Rare utilisation du conditionnel o Ex : « *Il va y avoir 250 suppressions de poste* » - « *Le projet va impacter* » > Oubli par certains de l'annonce d'investissement de 25 ME > Oubli de distinguer suppression de 250 postes vs suppression de 250 emplois > Trop de récitations, parfois trop courtes > MP n'ont pas toujours pris le temps d'expliquer le bien-fondé du projet et n'ont notamment pas expliqué le motif économique > Manque de pédagogie sur les procédures > Posture : Le projet de suppression de postes et celui d'investissement de 25 millions souvent annoncés avec le même ton / un champ lexical adopté parfois anxiogène / un manque d'optimisme quant au bien-fondé du projet Ex : Utilisation des termes « *impact* » ou « *restructuration* » > N'ont pas assez utilisé le « nous », ne se sont pas appropriés le projet	> MP ont souvent évoqué la « *situation financière* » de Ricoh > Oubli des solutions incluses dans le projet (départ volontaire, retraite anticipée, etc...) > Manque de conditionnel, utilisation de formules définitives. Ex : « *On va supprimer les activités les moins profitables* » > Approximations quant aux motifs économiques. Ex : « *on constate une baisse de l'activité Toner* » > Parfois pas assez insisté sur la distinction entre « *suppression de 250 postes* » et « *suppression de 250 emplois* » > Posture : Les MP ont fait preuve d'empathie, un manque d'optimisme quant au bien-fondé du projet > N'ont pas assez utilisé le « nous », ne se sont pas appropriés le projet

> Programme de formation

PRÉSENTATION

> **09h00 – 9h30 : Introduction**
- 09h00-09h15 : Cafés d'accueil
- 09h15-9h30 : Présentation de la journée

> **09h30 – 10h15 : Rappel des enjeux et principes fondamentaux de la communication de restructuration et de la prise de parole**

> **10h15 – 13h00 : Exercices 1 & 2**
- 10h15 -11h00 : Exercice 1 – Présentation générale (individuelle)
- 11h00 – 11h30 : Visionnage et débriefing

Pause
- 11h45 -12h15 : Exercice 2 – Interview TV (en groupe)
- 12h15 – 13h00 : Visionnage et débriefing

> **13h – 14h : Déjeuner**

> **14h00 – 17h45 : Exercices 3 & 4**
- 14h00-15h30 : Exercice 3 – Comité d'Entreprise
- 15h30 – 16h00 : Visionnage et débriefing

Pause
- 16h15 -17h15 : Exercice 4 – ITW Presse écrite (en groupe)
- 17h15 – 17h45 : Ecoute et débriefing

> **17h45-18h00 : Conclusion de la journée**

Confidentiel – Tous droits réservés

PARMI NOS RÉFÉRENCES EN COACHING & MEDIATRAINING

Confidentiel – Tous droits réservés

NOS INTERVENTIONS EN EXERCICES DE SIMULATION DE CRISE

> Objectifs de la simulation de crise

- Préparer votre équipe à l'éventualité d'une crise, grâce à une mise en situation préparée et animée par CLAI.
- Mettre en place et tester une procédure de gestion de crise.
- Acquérir les bons réflexes individuels et collectifs en cas de déclenchement d'une crise, pour vous permettre de réagir plus vite et de manière plus adéquate (constituer une cellule de crise, définir des porte-parole et des outils de communication, prendre les bons contacts…) en cas d'intervention.

> Méthodologie : Exercice d'une demi-journée

- Sur la base d'un scénario préparé à l'avance, l'équipe de direction est amenée à s'organiser et à prendre les décisions adéquates pour faire face à la situation, ainsi qu'aux rebondissements introduits par l'équipe CLAI au cours de l'exercice.
- Les participants auront à gérer les différentes sollicitations (appels téléphoniques, mails, questions des journalistes ou de partenaires institutionnels, réclamations de déposants etc.) et à élaborer, ensemble, les messages pour y répondre.

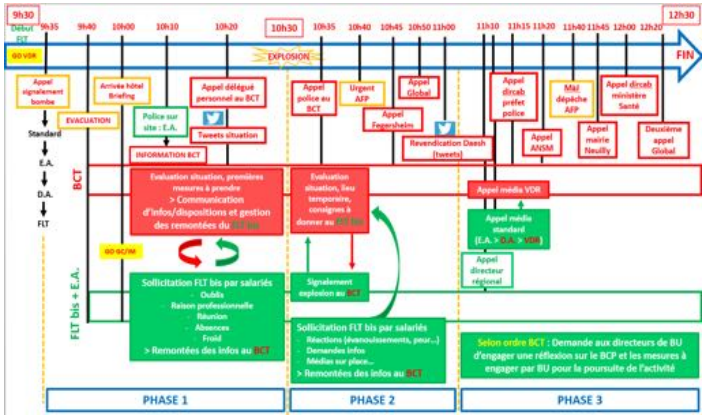
Confidentiel – Tous droits réservés

NOS INTERVENTIONS EN EXERCICES DE SIMULATION DE CRISE

> Scénario, déroulé et outils d'animation d'exercices de crise

Synopsis

- Une large partie de la production des enseignes d'IDKIDS Group se trouve au Bangladesh. ID KIDS Group entretient notamment des relations commerciales de long terme via Texeurop avec l'usine KNIT CONCERN située dans la ville de Narayanganj. Cette usine est un des principaux fournisseurs des enseignes Okaïdi et Jacadi.
- En 2015, l'usine KNIT CONCERN, qui emploie près de 10 000 personnes, a fait l'objet d'un audit révélant de nombreux points de non-conformité, concernant la sécurité du site et le traitement des salariés dont les heures supplémentaires ne seraient pas payées. A titre d'exemple, les fenêtres de l'usine sont condamnées par des barreaux métalliques et 20% des surfaces du bâtiment ne dispose pas d'extincteur.
- Le 22 mars 2016, un incendie d'origine indéterminée s'est propagé jusque dans les salles de prière de l'usine, piégeant deux ouvriers. Jérémie Nguyen, VIE ID KIDS GROUP en mission au Bangladesh, est envoyé sur place le lendemain afin de constater les dégâts et mesurer la gravité de l'incident.
- Parallèlement, Paul Moreira, journaliste pour Cash Investigation, a pu se procurer l'audit et a été informé de la venue du VIE ID KIDS GROUP. Il décide de se rendre sur place dans le cadre d'un reportage sur les conditions de travail dans les pays à bas coûts.
- L'arrivée simultanée du VIE et du journaliste sur les lieux provoque un mouvement de révolte dans l'usine. Le VIE tente de calmer la situation mais est finalement passé à tabac par des ouvriers en colère. Il est hospitalisé, dans un état sérieux. La scène est filmée à l'aide du téléphone portable du journaliste. Les images de l'émeute montrent par ailleurs la présence d'ouvriers mineurs dans l'usine.



Confidentiel – Tous droits réservés

PARMI NOS RÉFÉRENCES EN EXERCICE DE SIMULATION DE CRISE

ARPAVIE GROUPE ASSOCIATIF Une histoire qui nous relie

DomusVi

dpd

HAROPA Ports de Paris Seine Normandie

FG DR

CUISINES ÉLECTROMÉNAGER ET SALLES DE BAINS hygena

IDKIDS act for kids

Lilly

PRO BTP

saft

Sagemcom

Confidentiel – Tous droits réservés

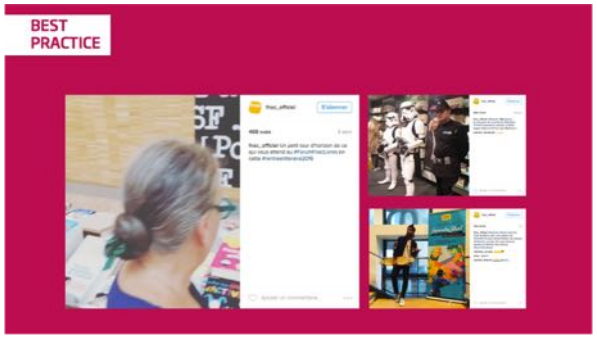
NOS FORMATIONS DIGITALES

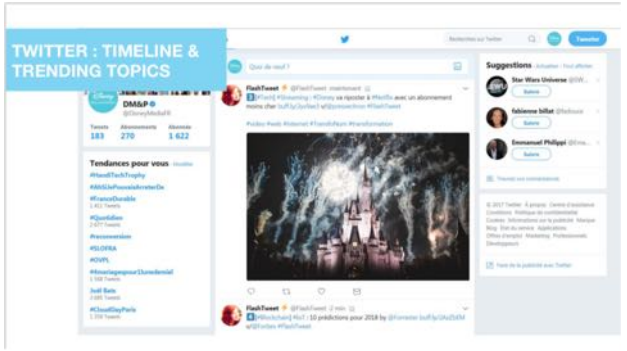
> Nos formations à l'utilisation des réseaux sociaux

- CLAI forme, individuellement ou collectivement, à une bonne utilisation des réseaux sociaux. Ces formations sont développées sur mesure pour s'adapter au niveau de chacun des participants.
- Les formations peuvent également être suivies d'une période pendant laquelle les formés peuvent s'entraîner « en mode privé » avant de se lancer officiellement.
- Ces formations s'appliquent tant aux réseaux sociaux de l'entreprise, pour des community managers par exemple, qu'aux réseaux sociaux personnels, dans le cadre de programme d'Employee Advocacy.

> Nos sessions d'acculturation digitale

- CLAI organise par ailleurs des sessions d'acculturation digitale : autour d'un sujet, d'un métier, nous partageons avec les participants des pratiques digitales inspirantes. Des sessions particulièrement utiles pour les équipes amenées à concevoir et déployer des stratégies digitales.

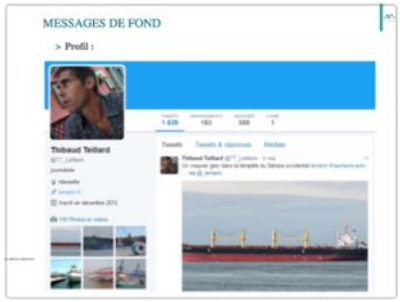




Confidentiel – Tous droits réservés

NOS LIVRABLES POUR LES FORMATIONS DIGITALES

- Social media guidelines
- Kits pratiques d'utilisation des médias sociaux
- Présentations benchmark / best practices
- Guides éditoriaux personnels / institutionnels
- Tutoriels pas à pas



Confidentiel – Tous droits réservés

PARMI NOS RÉFÉRENCES EN FORMATIONS DIGITALES

The Walt Disney Company France

assystem

PMU

Groupe Pierre & Vacances CenterParcs

LACIPAV l'avenir en toute confiance

HAROPA Ports de Paris Seine Normandie

Lilly

FGDR

ANSA Association Nationale des Sociétés par Actions

Soper

Fondation d'entreprise Nestlé France Manger bien pour vivre mieux

Kienbaum

Confidentiel – Tous droits réservés

Clai
Corporate Advocacy®

12 bis place Henri Bergson Paris 8e
Marine Vallin / Gaëtan Commault
01 80 50 53 14 / 01 44 69 54 04

www.clai-communications.com
http://www.twitter.com/_CLAI_
http://www.linkedin.com/company/clai

Confidentiel – Tous droits réservés