

BROCHURE FORMATION

« POUR UNE COMMUNICATION A IMPACT »

- **Prendre la parole en public**
- **Communiquer en situation de crise**
- **Maîtriser la communication en situation de crise dans la cadre d'une simulation**
- **Maîtriser la communication sur les réseaux sociaux**



Prendre la parole en public

*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 formations dites de 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.*

Public

Membres de l'équipe de direction, collaborateurs de la direction de la communication, responsables de site ou de service...

Cette formation peut réunir entre 1 et 5 personnes.

Durée

Entre une demi-journée ou une journée selon le nombre de personnes concernées

NB : Dans certains cas, la formation peut être fractionnée et étalée dans le temps sur 3 ou 4 mois à raison d'une séance par mois.

Tarif

Prix de la formation défini au cas par cas selon vos besoins et attentes ainsi que le nombre de participants et le recours ou pas à un intervenant externe.

Intervenants

- Membres de l'équipe de direction de CLAI assistés par un ou plusieurs consultants selon le nombre de participants à la formation.
- Des intervenants extérieurs ; journalistes et/ou comédiens

Objectifs de formation

- Connaître les publics auxquels on s'adresse
- S'entraîner aux bonnes pratiques pour mieux gérer la prise de parole en public
- Maîtriser la communication sur le fond et la forme
- Donner plus d'impact à ses interventions.

Résultats attendus

- Appropriation des codes de la prise de parole en public
- Agilité dans la définition des messages
- Adaptation des porte-parole à différentes situations et à d'éventuelles difficultés.

Approche pédagogique envisagée

- Une analyse des besoins spécifiques des stagiaires à travers un bilan de leur expérience en communication et une évaluation de leur maîtrise de la



prise de parole comme des circonstances dans lesquelles ils sont amenés à s'exprimer ;

- Une présentation et discussion des fondamentaux de la prise de parole publique et médiatique, adaptée aux problématiques particulières des stagiaires,
- Des exercices pratiques et jeux de rôle conçus sur mesure pour chaque stagiaire en fonction de leurs besoins spécifiques reposant sur des mises en situation : interview pour la presse écrite, une radio ou la télévision, présentation d'un projet devant un Comité d'entreprise ou une autorité administrative, des résultats annuels devant des analystes, animation d'une réunion de communication interne,
- Une synthèse du stage avec un retour d'expérience tant des stagiaires que des formateurs et un rappel en conclusion des grandes règles de la communication en public.

Programme

- Le programme de la formation est conçu spécifiquement selon vos besoins et attentes.
- Nos interventions sont définies et préparées au cas par cas, pour une meilleure adaptation aux besoins exprimés tant par l'entreprise cliente que par les stagiaires, même si les techniques de communication enseignées sont communes.

Dispositif

- Studio de formation équipé de tous les outils nécessaires
 - Deux caméras numériques HD sur pied
 - Un matériel d'enregistrement et de visionnage modernes (micro-table, TV grand écran, etc.).
- Un socle théorique et méthodologique remis aux stagiaires

Lieu

Agence CLAI (certifiée et référencée par DataDock)
63 rue de la Boétie
75008 Paris



Communiquer en situation de crise

Les entreprises sont de plus en plus préoccupées par les risques pour leur réputation des situations de crise. Nous organisons à l'attention de leurs collaborateurs des formations spécifiques sur la communication dans ce type de situation.

Public

Membres de l'équipe de direction, collaborateurs de la direction de la communication, responsables de site ou de service...

Cette formation peut réunir entre 1 et 5 personnes.

Durée

Entre une demi-journée ou une journée selon le nombre de personnes concernées

NB : Dans certains cas, la formation peut être fractionnée et étalée dans le temps sur 3 ou 4 mois à raison d'une séance par mois.

Tarif

Prix de la formation défini au cas par cas selon vos besoins et attentes ainsi que le nombre de participants et le recours ou pas à un intervenant externe.

Intervenants

- Membres de l'équipe de direction de CLAI assistés par un ou plusieurs consultants selon le nombre de participants à la formation.
- Des intervenants extérieurs ; journalistes et/ou comédiens

Objectifs de formation

- Connaître les publics auxquels on s'adresse
- S'entraîner aux bonnes pratiques pour mieux gérer la prise de parole en public
- Maîtriser la communication sur le fond et la forme
- Faire face à l'incertitude et à l'imprévu inhérents à une situation de crise
- Donner plus d'impact à ses interventions en situation sensible

Résultats attendus

- Appropriation des codes de la prise de parole en public
- Agilité dans la définition des messages
- Adaptation des porte-parole aux situations travaillées
- Capacité à faire face à l'imprévu

Approche pédagogique envisagée

- Une analyse des besoins spécifiques des stagiaires à travers un bilan de leur expérience en communication de crise et une évaluation de leur maîtrise de la prise de parole en situation sensible ;



- Une présentation et discussion des fondamentaux de la gestion des crises médiatiques,
- Des exercices pratiques et jeux de rôle conçus sur mesure pour chaque stagiaire reposant sur des mises en situation : interview pour la presse écrite, une radio ou la télévision, explication de la situation devant un Comité d'entreprise ou une autorité administrative, animation d'une réunion avec les salariés,
- Une synthèse du stage avec un retour d'expérience tant des stagiaires que des formateurs et un rappel en conclusion des grandes règles de la communication en situation sensible.

Programme

- Le programme de la formation est conçu spécifiquement selon vos besoins et attentes.
- Nos interventions sont définies et préparées au cas par cas, pour une meilleure adaptation aux besoins exprimés tant par l'entreprise cliente que par les stagiaires, même si les techniques de communication enseignées sont communes.

Dispositif

- Studio de formation équipé de tous les outils nécessaires
 - Deux caméras numériques HD sur pied
 - Un matériel d'enregistrement et de visionnage modernes (micro-table, TV grand écran, etc.).
- Un socle théorique et méthodologique remis aux stagiaires

Lieu

Agence CLAI (certifiée et référencée par DataDock)
63 rue de la Boétie
75008 Paris



Maîtriser la communication en situation de crise dans le cadre d'une simulation

Les entreprises sont de plus en plus préoccupées par les risques pour leur réputation des situations de crise. Nous organisons à l'attention de leurs collaborateurs des formations spécifiques sur la communication dans ce type de situation dans le cadre de simulations destinées à les confronter à des situations pratiques et à les entraîner à y faire face.

Public

Membres de l'équipe de direction, collaborateurs de la direction de la communication, responsables de site ou de service...

Cette formation peut réunir de 5 à 10 personnes.

Durée

6h à 8h

Tarif

Prix de la formation défini au cas par cas selon vos besoins et attentes ainsi que le nombre de participants.

Intervenants

- Membres de l'équipe de direction de CLAI assistés par un ou plusieurs consultants selon le nombre de participants à la formation.

Objectifs de formation

- 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 la 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

Résultats attendus

- Constitution d'une cellule de crise éprouvée
- Agilité dans la définition des messages
- Adaptation des porte-parole aux situations travaillées
- Capacité de faire face à l'imprévu individuellement et collectivement
- Émulation collective par le partage d'une culture commune et partagée



Approche pédagogique envisagée

Sur la base d'un scénario préparé par CLAI, les participants à l'exercice sont mis en situation et doivent gérer celle-ci. Des contenus spécifiques sont préparés pour présenter, illustrer, animer, relancer le scénario de crise.

Les stagiaires, membres de la cellule de crise, réunis dans un même lieu, doivent s'organiser et prendre les décisions et initiatives adéquates pour faire face à la situation puis aux rebondissements introduits par l'équipe d'animation CLAI.

La formation comprend 3 phases.

1. Les stagiaires ont à élaborer ensemble la stratégie de communication pour faire face à la situation simulée puis les éléments de langage ou documents de communication, ainsi qu'un plan d'action.
2. Ils doivent ensuite gérer différentes sollicitations - appels téléphoniques des autorités publiques, des clients, des familles de victimes, interviews, questions des salariés ou de leurs représentants - et adapter les éléments de langage et/ou documents de communication.
3. Enfin une session de bilan est organisée : analyse des réactions et actions de l'équipe, mise en évidence des points forts et des points d'amélioration.

Une synthèse écrite est établie par CLAI avec des recommandations tant sur le fonctionnement collectif que sur les aptitudes individuelles et le cas échéant les besoins complémentaires de formation.

Programme

- Le programme de la formation est conçu spécifiquement selon vos besoins et attentes.
- Nos interventions sont définies et préparées au cas par cas, pour une meilleure adaptation aux besoins exprimés tant par l'entreprise cliente que par les stagiaires, même si les techniques de communication enseignées sont communes.

Dispositif

1) Cellule de crise de l'entreprise avec la participation d'un animateur et d'un secrétaire de séance CLAI

- Groupe teams dédié ou téléphones fixes avec haut-parleur (ou pieuvres), avec le numéro attribué et communiqué aux membres de la cellule du backoffice
- Ordinateurs portables avec un logiciel de traitement de texte (Word), un accès au réseau de la société et à internet et reliés à une imprimante
- Bloc-notes/stylos/feuilles de papier
- Paper board + stylos feutres
- En outre :
 - Une ou plusieurs clefs usb
 - Ecran de projection
 - Boissons/café/gâteaux
 - Accès à une photocopieuse



2) Back-office CLAI – 2 ou 3 collaborateurs de CLAI

- Groupe teams dédié ou téléphones fixes avec haut-parleur (ou pieuvres), avec le numéro attribué et communiqué aux membres de la cellule du backoffice
- Accès au réseau internet (prévoir les codes d'accès si nécessaire) pour les consultants CLAI et notamment à l'imprimante locale.
 - Accès à une photocopieuse
 - 1 imprimante + papier
 - Boisson/café/gâteaux
- Un socle théorique et méthodologique remis aux stagiaires

Lieu

En fonction du nombre de participants et des souhaits de l'entreprise :

- Dans les locaux du client
- Chez CLAI (certifiée et référencée par DataDock)
 - 63 rue de la Boétie
 - 75008 Paris
- Dans un lieu extérieur (hôtels, salles de conférence...) si effectifs supérieurs à 5.



Maîtriser la communication sur les réseaux sociaux

Confrontées au rôle croissant des réseaux sociaux dans la communication y compris corporate et institutionnelle, les entreprises ont un très fort besoin de formation de leurs collaborateurs, à tous les niveaux de la hiérarchie, à la maîtrise de la communication sur les réseaux sociaux, qu'ils aient la charge du community management de l'entreprise ou non.

Public

Membres de l'équipe de direction, collaborateurs de la direction de la communication, responsables de site ou de service...

Cette formation peut réunir entre 1 et 5 personnes.

Durée

4h

Tarif

Prix de la formation défini au cas par cas selon vos besoins et attentes et en fonction du nombre de participants.

Intervenants

- Membres de l'équipe de direction de CLAI assistés par plusieurs consultants.

Objectifs de formation

- Apprendre à intervenir sur les réseaux sociaux si nécessaire ou s'approprier et appliquer la charte éditoriale dans la pratique quotidienne de création de contenus pour les réseaux sociaux
- Connaître l'ensemble des typologies de publications à disposition sur les réseaux sociaux dans une optique de valorisation

Résultats attendus

- Une plus grande maîtrise des réseaux sociaux
- Évolution des pratiques de rédaction des messages sur les réseaux sociaux
- Une meilleure segmentation des contenus par réseau social
- Une agilité accrue dans la conception des messages réseaux sociaux.
- Émulation collective par le partage d'une culture commune et partagée

Approche pédagogique envisagée

- Présentation des différents réseaux sociaux, leurs caractéristiques et publics respectifs, les différents cas d'utilisation de chacun d'entre eux, leurs avantages comme les risques liés à leur utilisation ainsi que d'un plan d'action,



- Modalités pratiques d'utilisation de ces réseaux : les règles à respecter, les moyens de maximiser le recours à l'un ou l'autre de ces réseaux, à travers des cas pratiques, la définition d'une ligne éditoriale réseau par réseau,
- Un exercice pratique de définition d'une stratégie de présence sur les médias sociaux, compte-tenu des besoins spécifiques d'une entreprise,
- Un volet spécifique dédié à la veille sur les réseaux sociaux en cas de crise, qui obéit à des règles spécifiques et qui est indispensable à l'élaboration de stratégies de communication pertinentes,
- La formation se termine par un rappel des grandes règles à respecter dans la communication sur les réseaux sociaux et sur la place de celle-ci dans la communication globale de l'entreprise.

A l'issue du stage, une synthèse écrite est remise aux participants comportant à la fois un rappel des principes de base de la maîtrise de la communication sur les réseaux sociaux et des conseils individuels.

Programme

- Le programme de la formation est conçu spécifiquement selon vos besoins et attentes.
- Nos interventions sont définies et préparées au cas par cas, pour une meilleure adaptation aux besoins exprimés tant par l'entreprise cliente que par les stagiaires, même si les techniques de communication enseignées sont communes.

Lieu

Agence CLAI (certifiée et référencée par DataDock)
63 rue de la Boétie
75008 Paris