Relation Presse et Influence

Communication de crise : maîtriser ses relations avec les médias

2 jours (14h00) | 4,6/5 | PRESS-3300519 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 750 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Se préparer aux différents scénarios de crise et maîtriser son message.
- Analyser une période de crise.
- Préparer une communication efficace avec les médias.
- Gérer la crise et en tirer profit.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Nombreux exercices à partir de différents scénarios de crise.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Travailler dans la communication ou les relations presse.

Connaître les fondamentaux des relations presse.

Public concerné

Directeurs et responsables de communication, chargés des relations avec les médias.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Se préparer et anticiper la crise

- Décrypter les 4 phases de la crise pour adapter ses actions.
- Analyser les conséquences possibles sur son organisation pour les anticiper.
- Définir l'organisation à mettre en place en période de crise pour assurer sa pérennité.
- Préparer plusieurs scénarios et stratégies pour gagner en réactivité.
- Créer et entretenir ses relations avec les journalistes pour instaurer une relation de confiance.

Communiquer et réagir rapidement face à la crise

- Mettre en place une cellule de crise pour assurer un pilotage efficace.
- Rédiger un communiqué de presse pour apporter de premiers éléments.
- Construire une conférence de presse en crise : spécificités et conseils.
- Progresser dans la pratique de l'interview pour consolider la prise de parole en crise.

Gérer les journalistes en période de crise

- Informatif, polémique, technique... : prendre en compte le contexte de l'interview en période de crise pour apporter les informations essentielles.
- Maîtriser les contraintes et attentes des journalistes en période de crise pour y répondre efficacement.
- Accompagner l'utilisation de ses écrits par les journalistes pour préserver son image.
- Appréhender les spécificités du « off » pour soigner ses échanges oraux avec les journalistes.

Assurer une communication de crise sur le web et les réseaux sociaux

- Utiliser les réseaux sociaux pour renforcer ses relations avec les journalistes et gagner en réactivité.
- Alertes, flux... : organiser sa veille web et réseaux sociaux pour surveiller sa e-reputation.
- Concevoir la cartographie des communautés et influenceurs pour identifier ses alliés et potentiels détracteurs.
- Établir la valeur marchande de l'information : bonnes pratiques et recommandations.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation formative.
Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.
Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.
Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.