



INTRA

Prise en charge du patient Communication

Formation : Communication de crise à l'hôpital : les clés du succès

INFORMATIONS :

Public :

Responsable communication, Directions communications

Durée : 2 à 3 jours

Intervenant :

Consultant spécialiste en communication et stratégies d'opinion

CONTEXTE :

De tout temps, une communication «naturelle» irrigue la vie d'un établissement de santé (échanges internes, relations patients / personnels soignant etc.). Mais aujourd'hui, cette communication «naturelle» ne suffit plus pour maîtriser les enjeux d'image et de réputation d'un centre de soins : contexte mouvant et complexe, accélération des changements qui bousculent et inquiètent, vitesse de diffusion des rumeurs... Dans le contexte actuel de profondes mutations du secteur et de l'offre de soins territoriale, il devient nécessaire de donner une mission de communication à des équipes dédiées et de professionnaliser les méthodes et pratiques.

L'objectif ' Produire des messages pertinents et au juste moment, donc ayant du sens pour des publics hétérogènes dans leurs motivations et dans leurs liens avec l'hôpital. Sur la communication de crise, l'enjeu est la préparation du communicant pour gérer une situation critique : aider des dirigeants ou des médecins qui sont obligés de communiquer dans la tourmente, donner la priorité de l'information au personnel.

OBJECTIFS :

- Identifier les enjeux de la communication pour un établissement sanitaire , social ou médico-social
- être en capacité de recenser, caractériser et hiérarchiser les publics cibles majeurs, diagnostiquer et gérer leurs attentes
- Savoir organiser et animer une cellule de communication
- Savoir construire et valider un plan de communication
- être en capacité de monter rapidement une action de communication et de gérer des relations presse



Formation : Communication de crise à l'hôpital : les clés du succès

- évaluer l'impact du plan de communication (image de marque, retour sur investissement...)
- Savoir appuyer les responsables de l'établissement dans la gestion de crise

PROGRAMME :

Enjeux et acteurs de la communication interne et externe

- Les enjeux de la communication pour un établissement sanitaire ou médico-social
 - la question de la réputation d'un établissement de santé
 - les 6 règles d'or de la communication
- La cellule de communication d'un établissement
- Les publics majeurs (internes et externes)
- cartographie des " récepteurs " d'un établissement
- Leurs logiques d'opinion et leurs attentes

Construire, piloter, valider, évaluer une action de communication

1. Construire une action de communication :

- L'indispensable diagnostic
- L'objectif du projet (informer, valoriser, expliquer, sensibiliser)
- Le message et son argumentation
- Le choix des moyens et le calendrier

2. Mise en œuvre opérationnelle

- Les outils efficaces de relation avec les différents publics
- Les relations presse : médias, hôpitaux et " événements "

3. évaluer l'impact et les effets

Construire, piloter, valider, évaluer une action de communication

- Définition et typologie de la crise



Formation : Communication de crise à l'hôpital : les clés du succès

- Les facteurs aggravant de la crise
- “Le bon message, au bon moment sur le bon public “
- Les clés de la réussite : réactivité et endurance
- Les outils simples et rapides
- Cas pratiques et plans d'action

Formation-action :

- Apports théoriques et méthodologiques en stratégie d'opinion
- Cas pratiques sur la base d'exemples apportés par le formateur
- Ateliers sur des cas concrets des participants
- Mise en situation
- Construction d'un plan de progrès personnel et institutionnel



Formation : Communication de crise à l'hôpital : les clés du succès

NOTRE DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE

- Un questionnaire préalable à la formation adressé à chaque stagiaire pour identifier les attentes de chacun et adapter l'intervention.
- Des méthodes d'APP préconisées par l'HAS.
- Un référentiel d'analyse basé sur les indicateurs nationaux de bonnes pratiques.
- Une documentation pédagogique remise à chaque participant.
- Une approche pédagogique concrète et pragmatique s'appuyant sur des méthodes de pédagogie active : alternance d'exposés théoriques courts, d'études de cas, d'analyse de pratiques...
- L'élaboration d'un plan d'actions d'amélioration avec indicateurs et modalités de suivi.
- Une évaluation de la satisfaction et des connaissances.
- La remise d'une attestation DPC.

— EVALUATION & LIVRABLES