



Communication post-crise : reconstruire la confiance des parties prenantes

Lien :

<https://innov-maroc.com/formation/communication-post-crise-reconstruire-la-confiance-des-parties-prenantes>

 DURÉE
5 jours (35h)

 RÉFÉRENCE
COM171

 CATÉGORIE
**Communication de
Crise et Gestion
Réputationnelle**

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- ✓ Comprendre les enjeux spécifiques de la communication après une crise
- ✓ Évaluer l'impact de la crise sur la réputation et la confiance des parties prenantes
- ✓ Cartographier les parties prenantes et adapter les messages à leurs attentes
- ✓ Construire une stratégie structurée de reconstruction de la confiance
- ✓ Communiquer sur les responsabilités, erreurs et mesures correctives avec transparence
- ✓ Transformer les engagements post-crise en preuves concrètes et vérifiables
- ✓ Maîtriser les prises de parole auprès des médias, collaborateurs, clients et partenaires
- ✓ Gérer les critiques, controverses et conversations négatives sur les réseaux sociaux
- ✓ Définir des indicateurs permettant de mesurer la restauration de la confiance
- ✓ Mettre en place une démarche durable de communication, de retour d'expérience et d'amélioration de la réputation

👥 POUR QUI ?

- ✓ Directeurs Communication et responsables Communication Corporate
- ✓ Chief Communication Officers (CCO)
- ✓ Responsables Communication de crise et gestion des risques réputationnels
- ✓ Directeurs Généraux et membres des Comités de Direction
- ✓ Porte-paroles et dirigeants amenés à prendre la parole publiquement
- ✓ Responsables Relations Presse et Media Relations
- ✓ Responsables Communication Interne
- ✓ Responsables RSE, ESG et Affaires Institutionnelles
- ✓ Responsables Relations Clients et Customer Experience
- ✓ Responsables Réputation et Brand Management
- ✓ Risk Managers et responsables Continuité d'Activité
- ✓ Responsables des Relations avec les parties prenantes
- ✓ Consultants en communication stratégique et gestion de crise
- ✓ Professionnels chargés de reconstruire la confiance et la réputation d'une organisation après une crise



Programme détaillé

1 / Comprendre les enjeux de la communication post-crise

- Identifier les conséquences d'une crise sur l'image, la réputation et la confiance
- Comprendre les attentes des différentes parties prenantes après une crise
- Distinguer gestion de crise, communication de crise et communication post-crise

2 / Réaliser le diagnostic de réputation après la crise

- Évaluer les perceptions des clients, salariés, partenaires, médias et autorités
- Identifier les critiques, incompréhensions et préoccupations persistantes
- Cartographier les risques réputationnels résiduels

3 / Cartographier les parties prenantes et leurs attentes

- Identifier les parties prenantes prioritaires
- Segmenter leurs niveaux d'influence, d'intérêt et de sensibilité
- Adapter les messages aux attentes spécifiques de chaque public

4 / Construire une stratégie de reconstruction de la confiance

- Définir les objectifs de communication post-crise
- Construire une stratégie fondée sur transparence, responsabilité et preuves
- Déterminer les messages prioritaires et les canaux de diffusion

5 / Reconnaître les erreurs et démontrer la responsabilité

- Communiquer avec précision sur les faits établis
- Éviter déni, minimisation, contradictions et communication défensive
- Présenter les mesures correctives et les engagements pris

6 / Restaurer la crédibilité par la preuve

- Communiquer sur les actions réellement mises en œuvre
- Présenter résultats, indicateurs, audits et progrès mesurables
- Transformer les engagements en preuves tangibles de changement

7 / Maîtriser les médias et les réseaux sociaux après la crise

- Préparer les prises de parole des dirigeants et porte-parole
- Répondre aux critiques, questions difficiles et controverses
- Surveiller les conversations et détecter les signaux de réputation

8 / Réengager les collaborateurs et partenaires

- Restaurer la confiance interne et la mobilisation des équipes
- Communiquer régulièrement sur l'avancement des actions correctives
- Réactiver les relations avec clients, fournisseurs, investisseurs et partenaires

9 / Mesurer la restauration de la confiance

- Définir des KPI de réputation, satisfaction, engagement et sentiment
- Mesurer l'évolution de la perception des parties prenantes
- Identifier les écarts entre communication perçue et réalité opérationnelle

10 / Installer une communication durable post-crise

- Capitaliser sur les enseignements de la crise
- Intégrer les retours d'expérience dans les plans de communication

- Construire une relation durable fondée sur transparence, cohérence et amélioration continue

Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

 02 au 06 Nov. 2026

 Présentiel - Casablanca

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

 **Téléphone** : +212 522 247 210

 **Email** : contact@innov-maroc.com

 **Web** : <https://www.innov-maroc.com>

Document généré le 12/10/2026 — Réf : COM171

INNOV MAROC — Tous droits réservés