

« Assurer la juste compréhension du projet »

« Garantir une bonne image de l'entreprise »

Les projets de changement des entreprises exposent ces dernières à des situations inhabituelles qui les fragilisent : tensions sociales, multiplication des parties prenantes, surmédiasation, baisse du capital image de l'entreprise...

Pour faire face à ces situations, F/I/E/ Communication propose une stratégie de communication globale. Par anticipation, elle intervient dès les premières phases d'un projet et prend en compte les contraintes liées à la législation sociale. Elle permet la juste compréhension du projet par les différents publics concernés, et s'assure de sa cohérence auprès des acteurs internes et externes. Si la crise est avérée, une stratégie de crise spécifique devient nécessaire pour défendre le projet de l'entreprise et préserver son image. Des actions particulières auprès des acteurs institutionnels et des media sont ainsi définies et mises en place.

Les expertises F/I/E/ Communication

Communication sociale et accompagnement du projet (Anticipation).

- ▶ Analyse des parties prenantes (acteurs internes, acteurs institutionnels, media).
- ▶ Définition des enjeux.
- ▶ Élaboration des éléments de langages et définition des argumentaires de communication.
- ▶ Conception et rédaction de documents internes.
- ▶ Formation des managers.
- ▶ Respect du calendrier social.

Communication de crise (Gestion de la crise).

- ▶ Anticiper la stratégie de communication de crise par l'identification préalable des critères de risques et la définition des motifs de crises potentielles.
- ▶ Identifier des cibles privilégiées.
- ▶ Définir la posture de communication de l'entreprise.
- ▶ Mettre en place une cellule de crise.
- ▶ Accompagner les porte-parole.

Communication institutionnelle et actions de lobbying.

- ▶ Identification des acteurs institutionnels, locaux et nationaux, concernés par les projets de l'entreprise ou pouvant l'être.
- ▶ Prise de contact, organisation et suivi de rendez-vous.
- ▶ Réflexion et analyse des arguments et messages à faire passer en fonction des enjeux.
- ▶ Conception et rédaction des documents nécessaires (plaquette institutionnelle, courrier...).

Relations avec les media.

- ▶ Définition des éléments de langage et préparation des questions-réponses.
- ▶ Identification des interlocuteurs et relais d'information privilégiés.
- ▶ Rédaction et production des supports de communication.
- ▶ Media training / Formation des porte-parole de l'entreprise à la gestion des relations avec la presse et à la maîtrise des techniques de prises de parole médiatiques.