LA COMMUNICATION DANS LES STRUCTURES HOSPITALIERES

irfocop
formations hospitalières

TARIF 2024
1.090 € TTC
PAR AGENT

DUREE
2 jours
(9 h -17 h)

OBJECTIFS - COMPETENCES VISEES

- Appréhender la communication hospitalière sous tous ses aspects
- Utiliser des outils pratiques pour valoriser l'hôpital et ses acteurs
- Savoir mettre en place un plan de communication adapté en fonction de l'objectif poursuivi
- Acquérir les bases du community management

DUREE 2 jours (9 h - 17 h) : 1 jour + 1 jour avec un travail en intersession en DISTANCIEL
Pour une formation en Intra : possibilité de modifier la durée en fonction du budget et/ou des besoins.

METHODOLOGIE

- Exposés théoriques
- Exercices pratiques par des mises en situation
- Retour sur l'expérience de chaque participant
- Remise d'un support de formation en version papier et accès à de la ressource documentaire via l'espace-client

PUBLIC CONCERNE

- Managers hospitaliers
- Personnels en charge de la communication
- Community manager (en charge des réseaux sociaux)

PREREQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à la formation.

NOMBRE DE PARTICIPANTS

12 personnes maximum

PROGRAMME

LA POLITIQUE DE COMMUNICATION ET SES OBJECTIFS

- La notoriété à l'échelle du territoire de santé, comment la faire connaître ?
- L'image face à l'offre de soins locale, comment la faire aimer ?
- Le comportement des professionnels et des usagers, comment les faire agir ?

LE PLAN DE COMMUNICATION

- Analyser le contexte et identifier les différents groupes cibles
- Déterminer les objectifs
- Définir les messages pour quels groupes cibles
- Etablir le plan d'actions et son calendrier
- Suivre, évaluer et adapter

LA COMMUNICATION INTERNE

- Cibler les enjeux et missions de la communication interne
- Mobiliser et impliquer les personnels
- Développer des outils pertinents
- Fédérer les hospitaliers avec le journal interne
- Faire adhérer à la communauté par l'évènementiel

LA COMMUNICATION EXTERNE

- Identifier les cibles et enjeux pour un établissement de santé
- Choisir les bons outils de communication
- Travailler les partenariats et liens privilégiés
- Créer l'identité visuelle, la charte graphique, le logo
- Valoriser le site Internet et développer les réseaux sociaux

LES RELATIONS PRESSE

- La stratégie d'information ou comment établir des relations avec les médias
- Les relations presse, comportements à adopter face aux médias
- Le lien gagnant/gagnant avec les journalistes
- Le communiqué, le point, la conférence de presse…

LA GESTION DE CRISE

- Les spécificités de la communication de crise
- Les principes et outils
- Impliquer les acteurs de la communication de crise
- Gérer la communication de crise

SUIVI ET EVALUATION DE LA FORMATION

- Test de pré positionnement en début de formation pour évaluer le niveau du stagiaire
- Test de post positionnement en fin de formation pour évaluer l'évolution des compétences
- Fiche d'évaluation globale de la formation
- Remise d'une attestation de formation

IRFOCOP, 64 rue Montgrand 13006 MARSEILLE – 04 91 57 07 07 – contact@irfocop.com