

INTERVENANTS

Sylvie BOUDOU – Chargée de communication- *Formatrice consultante
Spécialisée en communication hospitalière et coach.*

PRE-REQUIS

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

LIEUX

En INTRA, dans votre établissement ou en DISTANCIEL.

INSCRIPTION

Contact : Audrey RIBEIRE

☎ 04.91.57.07.07.

Email : contact@irfocop.com

COÛT

Coût : à déterminer en fonction du lieu de réalisation. Nous contacter pour un devis personnalisé !



« Accompagne vos projets de formation »

LA COMMUNICATION DANS LES STRUCTURES HOSPITALIERES

Les outils incontournables

EDITION 2023

OBJECTIF VISE

- ✚ 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

METHODOLOGIE

- ✚ Exposés théoriques
- ✚ Exercices pratiques par des mises en situation
- ✚ Retour sur l'expérience de chacun

DUREE

Horaire : 9 h - 17 h

2 jours (1 jour + 1 jour) avec un travail en intersession en DISTANCIEL

2 jours en continu en PRESENTIEL.

(Possibilité de modifier la durée en fonction du budget et/ou des besoins)

PUBLIC CONCERNE

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

PROGRAMME (extrait)

Cette formation s'adresse aux professionnels débutants en communication hospitalière (prise de poste) ou confirmés souhaitant améliorer leurs pratiques.

Elle est conçue de manière à permettre l'acquisition d'une méthodologie parfaitement adaptée au monde de la communication hospitalière, qu'elle soit tournée vers l'Etablissement (communication interne) ou vers l'extérieur.

I. 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 ?

II. 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

III. 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'événementiel

IV. 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

V. 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...

VI. 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