

# HUMAN BACKSTAGE

## PROGRAMME DE FORMATIONS



# SOMMAIRE

- 01** Management de la crise
- 02** Communication de crise
- 03** Médiatraining en partenariat avec 
- 04** Négociation Fondamentaux
- 05** Négociation augmentée
- 06** Réussir ses NAO
- 07** Réussir avec son CSE

## MANAGEMENT DE LA CRISE

### PUBLIC VISÉ

Les principaux interlocuteurs sollicités en cellule de crise et/ou à des prises de parole publique, dans le cadre de leurs responsabilités au sein de leur organisation.

### PRE REQUIS

Avoir la qualité d'acteur en cellule de crise et de porte-parole média au sein de leur organisation.

### OBJECTIFS

- Savoir mettre en place une organisation de gestion de crise correspondant à son activité.
- Comprendre la logique de crise et les principes de gestion de l'évènement et des parties prenantes.
- Formaliser les messages de l'organisation dans le cadre d'une survenance de crise, en tenant compte des attentes de ses parties prenantes, par l'intermédiaire des médias traditionnels et digitaux.
- Élaborer un plan de sortie de crise avec des rendez-vous sur objectifs.

### MÉTHODE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

La formation est composée d'apports théoriques et d'exercices définis en cohérence avec le contexte et les objectifs de l'organisation :

- Une pédagogie active et participative.
- Apport de connaissances sous forme d'exposé et d'analyse de cas réels.
- Cas concrets identifiés en rapport avec le contexte professionnel appréhendé.

### PROCESSUS D'ÉVALUATION

- Évaluations sur mise en situation et questionnaire.
- Débriefing collectif et test d'évaluation des acquis.

### MODALITES D'ACCES

Un entretien sera réalisé, en amont de la formation, avec les décideurs et la ou les personnes qui participeront à la formation afin d'analyser les besoins et objectifs de la prestation à venir.

## PROGRAMME

### 1. APPRÉHENDER ET QUALIFIER L'ÉVÈNEMENT

- Qualification et hiérarchisation des évènements
- Organisation du schéma de remontée de l'alerte et mobilisation du dispositif de crise

### 2. ORGANISER LE MANAGEMENT DE LA CRISE

- Structuration de la cellule de crise
- Organiser les premières mesures
- Organisation du travail en équipe

### 3. MANAGER LA CRISE

- Analyse des risques et des impacts
- Élaboration d'un plan d'action
- Management de la cellule dans l'intensité

### 4. COMMUNIQUER EN SITUATION DE CRISE

- Analyse de l'attractivité médiatique
- Développement d'une stratégie de communication
- Identification des leviers d'influence

#### **Formation Intra**

**Durée :** Modules en e-learning +1 journée en présentiel de 9h à 17h

**Date :** à définir

**Tarif :** 4500€ HT

**Délais d'accès à la formation :** entre 4 et 6 semaines

**Repas :** non compris

**Lieu :** dans les locaux de l'organisation.

## ACCESIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

HUMAN BACKSTAGE s'assure que les salles de formation sont accessibles aux PMR.

Nous restons à votre écoute pour anticiper et faciliter l'accueil et l'adaptation de nos formations à toute personne en situation de handicap.

Merci de contacter : [contact@humanbackstage.fr](mailto:contact@humanbackstage.fr)

## COMMUNICATION DE CRISE

### PUBLIC VISÉ

Cette formation vise à accompagner toute entité dont l'activité ou le contexte sont susceptibles de l'exposer à une situation de crise.

### PRE REQUIS

Aucun.

### OBJECTIFS

- Formaliser son plan de communication de crise opérationnel et contextualisé.
- Formaliser vos premiers messages dans le cadre d'une survenance de crise, en tenant compte des attentes de vos parties prenantes, par l'intermédiaire des médias traditionnels et digitaux.
- Mesurer l'impact de votre communication et identifier vos leviers d'amélioration.

### MÉTHODE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Analyse de cas réels.
- Jeux de rôles sur la base de thématiques identifiées en rapport avec le contexte professionnel appréhendé.

### PROCESSUS D'ÉVALUATION

- Évaluations sur mise en situation et questionnaire.
- Débriefing collectif et test d'évaluation des acquis.

### MODALITES D'ACCES

Un entretien sera réalisé, en amont de la formation, avec les décideurs et la ou les personnes qui participeront à la formation afin d'analyser les besoins et objectifs de la prestation à venir.

## PROGRAMME

### 1. ANTICIPER POUR MIEUX DECIDER (AVANT LA CRISE)

- Cartographier vos sujets sensibles et signaux faibles.
- Identifier et prioriser les parties prenantes (interne/externe, enjeux, attentes).
- Définir la gouvernance communication de crise : rôles, messages, validations, canaux.

### 2. PARLER JUSTE, VITE, UTILE (PENDANT LA CRISE)

- Construire les messages de première heure (ce que l'on sait / ne sait pas / fait / fera).
- Formaliser le plan de communication de crise.
- Relation médias sous pression : gérer l'afflux de sollicitations, choisir ses prises de parole, briefer/équiper le porte-parole, coordonner avec les réseaux sociaux

### 3. FOCUS RP

- Gérer l'afflux de sollicitations, identifier les différentes actions possibles en matière de gestion des sollicitations médias
- Choisir ses prises de parole, briefer/équiper le(s) porte-parole(s),
- Coordonner avec les réseaux sociaux

### 4. CLORE, APPRENDRE, REBONDIR (APRÈS LA CRISE)

- Sortie de crise : tenir les engagements, refermer proprement, restaurer la confiance.
- Mesurer l'impact, documenter et capitaliser.
- Transformer la crise en opportunités.

<p><b>Formation Intra OU inter</b> <b>Durée :</b> Modules en e-learning +1 journée en présentiel de 9h à 17h <b>Date :</b> à définir</p>	<p><b>Tarif :</b> 3000 € HT pour 8 à 10 personnes en INTRA OU 750 € HT / pers pour 8 à 10 personnes en INTER <b>Délais d'accès à la formation :</b> entre 4 et 6 semaines <b>Repas :</b> non compris <b>Lieu :</b> dans les locaux de l'organisation.</p>
--	---

## ACCESIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

HUMAN BACKSTAGE s'assure que les salles de formation sont accessibles aux PMR.

Nous restons à votre écoute pour anticiper et faciliter l'accueil et l'adaptation de nos formations à toute personne en situation de handicap.

Merci de contacter : [contact@humanbackstage.fr](mailto:contact@humanbackstage.fr)

en partenariat avec



## MÉDIA TRAINING

### PUBLIC VISÉ

Cette formation vise à accompagner toute entité dont l'activité ou le contexte sont susceptibles de générer une prise de parole médiatique.

### PRE REQUIS

Aucun.

### OBJECTIFS

- Activer de façon consciente vos outils verbaux, paraverbaux et non-verbaux.
- Formaliser vos messages dans le cadre d'un contexte médiatique, en tenant compte des attentes de vos parties prenantes, par l'intermédiaire des médias traditionnels et digitaux.
- Être capable d'incarner un message.
- Maîtriser la technique de l'interview, quels que soient les circonstances et les médias.
- Maîtriser vos émotions.
- Mesurer l'impact de votre communication et identifier vos leviers d'amélioration.

### MÉTHODE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Animation en binôme : une communicante institutionnelle / RP et un acteur pour animer avec expertises et techniques complémentaires.
- Apports théoriques : 20% / Mise en pratique : 80%
- Tous les exercices proposés sont issus des techniques théâtrales.
- Jeux de rôles filmés en conditions concrètes sur la base de thématiques relatives au contexte et hors contexte professionnel.
- Training.

### PROCESSUS D'ÉVALUATION

- Évaluations sur mise en situation et questionnaire.
- Débriefing collectif et test d'évaluation des acquis.

### MODALITES D'ACCÈS

Un entretien sera réalisé, en amont de la formation, avec les décideurs et la ou les personnes qui participeront à la formation afin d'analyser les besoins et objectifs de la prestation à venir.

## PROGRAMME

### 1. PRÉAMBULE SUR LES PRINCIPES

#### FONDAMENTAUX DE LA RELATION MÉDIAS

- Connaitre les règles fondamentales de fonctionnement des médias
- Comprendre les principaux pièges médiatiques

### 2. PRÉPARATION A LA PRISE DE PAROLE

#### MÉDIATIQUE

- Formaliser ses messages clefs alignés avec la stratégie de l'entreprise
- Adopter les techniques de gestion des sujets complexes ou embarrassants
- Maitriser sa communication non-verbale

### 3.. STRESS ET POSTURE : LEVIERS D'IMPACT

- Considérer son interlocuteur et adopter la bonne posture
- Gérer son stress par la réévaluation cognitive et la cohérence cardiaque

### 4. LEADERSHIP COMMUNICATIONNEL

- Maitriser des techniques rhétoriques pour renforcer la persuasion
- Maintenir le contrôle lors d'interviews médiatiques sous pression
- Aligner ses actions avec ses paroles pour renforcer sa crédibilité de leader

**Formation INTRA ou INTER**

**Durée :** 1 journée  
de 9h à 17h

**Date :** à définir

**Tarif :** 5 000 € HT pour 8 à 10 personnes en INTRA OU 850 € HT / pers pour 8 à 10 personnes en INTER  
Coaching individualisé\* (3 x 2h) – sur devis

**Délais d'accès à la formation :** entre 4 et 6 semaines

**Repas :** non compris

**Lieu :** dans les locaux de l'organisation.

## ACCESIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

HUMAN BACKSTAGE s'assure que les salles de formation sont accessibles aux PMR.

Nous restons à votre écoute pour anticiper et faciliter l'accueil et l'adaptation de nos formations à toute personne en situation de handicap.

Merci de contacter : [contact@humanbackstage.fr](mailto:contact@humanbackstage.fr)

## VOS CONTACTS

Fabienne Laurenceau  
Consultante en stratégie et communication sensible  
[fabienne.laurenceau@humanbackstage.fr](mailto:fabienne.laurenceau@humanbackstage.fr)  
[www.humanbackstage.fr](http://www.humanbackstage.fr)

Frédéric Rogé  
Consultant en Gestion de crise et gestion de l'humain  
[frédéric.roge@humanbackstage.fr](mailto:frédéric.roge@humanbackstage.fr)  
[www.humanbacksatge.fr](http://www.humanbacksatge.fr)

# NÉGOCIATION COMPLEXE

## MÉTHODE VOIE (fondamentaux)

### PUBLIC VISÉ

Tout collaborateur ou cadre en position de négociation dans une situation avec enjeux.

### PRE REQUIS

Aucun.

### OBJECTIFS

- Acquérir les fondamentaux de la négociation
- Savoir se préparer efficacement
- Construire une relation durable et efficace
- Dissocier les processus RELATIONNEL et RATIONNEL dans la négociation

### MÉTHODE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

La formation est composée d'apports théoriques et d'exercices définis en cohérence avec le contexte et les objectifs de l'organisation :

- Une pédagogie active et participative.
- Apport de connaissances sous forme d'exposé et d'analyse de cas réels.
- Cas concrets identifiés en rapport avec le contexte professionnel appréhendé.

### PROCESSUS D'ÉVALUATION

- Évaluations sur mise en situation et questionnaire.
- Débriefing collectif et test d'évaluation des acquis.

### MODALITES D'ACCÈS

Un entretien sera réalisé, en amont de la formation, avec les décideurs et la ou les personnes qui participeront à la formation afin d'analyser les besoins et objectifs de la prestation à venir.

Un test de personnalité sera réalisé avant la formation afin de d'identifier les points forts des participants ainsi que les axes d'amélioration.

## PROGRAMME

### 1. PRÉPARER LA NÉGOCIATION

- Déterminer ses objectifs
- Identifier les logiques de pouvoir et les rapports de force
- Définir et valider son mandat
- Préparer son argumentaire et ses supports

### 2. S'ENGAGER DANS LA RELATION

- Développer la collaboration
- Maîtriser les outils de l'écoute et du questionnement
- S'engager vers la confiance

### 3. ÊTRE INFLUENT

- Déterminer les besoins et motivations
- Savoir guider la réflexion
- Établir les modalités à négocier
- Motiver et convaincre

### 4. FINALISER L'ACCORD

- Savoir conclure la négociation
- Répondre aux objections
- Valider la bonne compréhension de l'accord
- Réaliser un debriefing de la négociation

<p><b>Formation intra et inter</b> <b>Durée :</b> 2 journées de 9h à 17h <b>Date :</b> à définir</p>	<p><b>Tarif :</b> 2000€ HT / personne <b>Délais d'accès à la formation :</b> entre 4 et 6 semaines <b>Repas :</b> Compris <b>Lieu :</b> dans les locaux de l'organisation.</p>
--	--

## VOS FORMATEURS

**Eric LEBRETTE** : 25 ans d'expérience dans la négociation avec la grande distribution

**Frédéric ROGÉ** : 15 ans d'expérience comme négociateur de crise et chef de la cellule négociation du GIGN

## ACCESIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

HUMAN BACKSTAGE s'assure que les salles de formation sont accessibles aux PMR.

Nous restons à votre écoute pour anticiper et faciliter l'accueil et l'adaptation de nos formations à toute personne en situation de handicap.

Merci de contacter : [contact@humanbackstage.fr](mailto:contact@humanbackstage.fr)

# NÉGOCIATION COMPLEXE MÉTHODE VOIE (augmentée)

## PUBLIC VISÉ

Tout collaborateur ou cadre en position de négociation dans une situation avec enjeux.

## PRE REQUIS

Avoir suivi la cession sur les fondamentaux.

## OBJECTIFS

- Revoir et ancrer les fondamentaux de la négociation
- Savoir gérer son stress et ses émotions
- Se connaître et savoir Identifier ses interlocuteurs
- Développer une stratégie relationnelle
- Savoir sécuriser l'accord

## MÉTHODE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

La formation est composée d'apports théoriques et d'exercices définis en cohérence avec le contexte et les objectifs de l'organisation :

- Une pédagogie active et participative.
- Apport de connaissances sous forme d'exposé et d'analyse de cas réels.
- Cas concrets identifiés en rapport avec le contexte professionnel appréhendé.

## PROCESSUS D'ÉVALUATION

- Évaluations sur mise en situation et questionnaire.
- Débriefing collectif et test d'évaluation des acquis.

## MODALITES D'ACCÈS

Un entretien sera réalisé, en amont de la formation, avec les décideurs et la ou les personnes qui participeront à la formation afin d'analyser les besoins et objectifs de la prestation à venir.

## PROGRAMME

### 1. PRÉPARER LA NÉGOCIATION

- Analyser le contexte de la négociation
- Réaliser le sociogramme des acteurs de la négociation
- Gérer son stress et ses émotions

### 3. ÊTRE INFLUENT

- Développer des chemins de questionnement
- Savoir utiliser les techniques de négociation rationnelle
- Scénariser sa négociation

### 2. S'ENGAGER DANS LA RELATION

- Identifier l'autre par sa morphopsychologie
- Comprendre les logiques relationnelles
- Identifier les postures en négociation

### 4. FINALISER L'ACCORD

- Anticiper les risques
- Sécuriser l'accord

<p><b>Formation intra et inter</b> <b>Durée :</b> 2 journées de 9h à 17h <b>Date :</b> à définir</p>	<p><b>Tarif :</b> 2000€ HT / personne <b>Délais d'accès à la formation :</b> entre 4 et 6 semaines <b>Repas :</b> Compris <b>Lieu :</b> dans les locaux de l'organisation.</p>
--	--

## VOS FORMATEURS

**Eric LEBRETTE** : 25 ans d'expérience dans la négociation avec la grande distribution

**Frédéric ROGÉ** : 15 ans d'expérience comme négociateur de crise et chef de la cellule négociation du GIGN

## ACCESIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

HUMAN BACKSTAGE s'assure que les salles de formation sont accessibles aux PMR.

Nous restons à votre écoute pour anticiper et faciliter l'accueil et l'adaptation de nos formations à toute personne en situation de handicap.

Merci de contacter : [contact@humanbackstage.fr](mailto:contact@humanbackstage.fr)

# RÉUSSIR SES NAO

## PUBLIC VISÉ

Dirigeant, DRH et tout manager en responsabilité de négocier avec un CSE.

## PRE REQUIS

Aucun.

## OBJECTIFS

- Analyser le contexte et les enjeux.
- Préparer votre négociation.
- Instaurer des méthodes collaboratives.
- Savoir être influent et guider les réflexions.
- Établir des critères objectifs pour la négociation.
- Finaliser l'accord

## MÉTHODE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

La formation est composée d'apports théoriques et d'exercices définis en cohérence avec le contexte et les objectifs de l'organisation :

- Une pédagogie active et participative.
- Apport de connaissances sous forme d'exposé et d'analyse de cas réels.
- Cas concrets identifiés en rapport avec le contexte professionnel appréhendé.

## PROCESSUS D'ÉVALUATION

- Évaluations sur mise en situation et questionnaire.
- Débriefing collectif et test d'évaluation des acquis.

## MODALITES D'ACCÈS

Un entretien sera réalisé, en amont de la formation, avec les décideurs et la ou les personnes qui participeront à la formation afin d'analyser les besoins et objectifs de la prestation à venir.

## PROGRAMME

### 1. PRÉPARER LA NÉGOCIATION

- Identifier les différents acteurs
- Comprendre les processus de décision
- Identifier les logiques de pouvoir et d'influence en place
- Déterminer ses forces et faiblesses et ses marges de manœuvre

### 2. S'ENGAGER DANS LA RELATION

- Développer la coopération
- Se connaître et reconnaître son interlocuteur
- Initier la confiance
- Développer son jeu comportemental

### 3. ÊTRE INFLUENT

- Développer son écoute active et maîtriser le questionnement
- Motiver et convaincre
- Savoir guider la réflexion

### 4. FINALISER L'ACCORD

- Traiter les objections
- Vérifier la bonne compréhension de l'accord
- Pérenniser la relation

<b>Formation intra</b> <b>Durée :</b> 2 journées de 9h à 17h <b>Date :</b> à définir	<b>Tarif :</b> Nous contacter <b>Délais d'accès à la formation :</b> entre 4 et 6 semaines <b>Repas :</b> non compris <b>Lieu :</b> dans les locaux de l'organisation.
---	---

## ACCESIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

HUMAN BACKSTAGE s'assure que les salles de formation sont accessibles aux PMR.

Nous restons à votre écoute pour anticiper et faciliter l'accueil et l'adaptation de nos formations à toute personne en situation de handicap.

Merci de contacter : [contact@humanbackstage.fr](mailto:contact@humanbackstage.fr)

# RÉUSSIR AVEC SON CSE

## PUBLIC VISÉ

Dirigeant, DRH et tout manager en responsabilité de négocier avec un CSE.

## PRE REQUIS

Aucun.

## OBJECTIFS

- impliquer les différents collaborateurs et services dans la création ou le renouvellement du CSE
- développer sa communication préélection pour favoriser ses objectifs.
- identifier les ressorts de la composition d'une équipe constructive.
- comprendre la représentation syndicale

## MÉTHODE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

La formation est composée d'apports théoriques et d'exercices définis en cohérence avec le contexte et les objectifs de l'organisation :

- Une pédagogie active et participative.
- Apport de connaissances sous forme d'exposé et d'analyse de cas réels.
- Cas concrets identifiés en rapport avec le contexte professionnel appréhendé.

## PROCESSUS D'ÉVALUATION

- Évaluations sur mise en situation et questionnaire.
- Débriefing collectif et test d'évaluation des acquis.

## MODALITES D'ACCES

Un entretien sera réalisé, en amont de la formation, avec les décideurs et la ou les personnes qui participeront à la formation afin d'analyser les besoins et objectifs de la prestation à venir.

## PROGRAMME

### 1. DÉMARCHE GLOBALE

- Déterminer ses objectifs
- Identifier les acteurs clés
- Identifier les leviers d'action

### 2. CONSTITUER UNE ÉQUIPE CONSTRUCTIVE

- Identifier les composantes d'une équipe constructive
- Promouvoir les valeurs de l'entreprise

### 3. COMMUNICATION, DIALOGUE INTERNE ET SOCIAL

- Distribuer utilement l'information
- Développer un dialogue interne
- Renforcer son dialogue social

### 4. LE CSE ET LA REPRÉSENTATIVITÉ SYNDICALE

- Rappel des points clés sur le CSE
- Comprendre les différentes représentativités
- Identifier les bonnes pratiques

<b>Formation intra</b> <b>Durée :</b> 2 journées de 9h à 17h <b>Date :</b> à définir	<b>Tarif :</b> Nous contacter <b>Délais d'accès à la formation :</b> entre 4 et 6 semaines <b>Repas :</b> non compris <b>Lieu :</b> dans les locaux de l'organisation.
--	---

## ACCESIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

HUMAN BACKSTAGE s'assure que les salles de formation sont accessibles aux PMR.

Nous restons à votre écoute pour anticiper et faciliter l'accueil et l'adaptation de nos formations à toute personne en situation de handicap.

Merci de contacter : [contact@humanbackstage.fr](mailto:contact@humanbackstage.fr)

r

# VOS INTERLOCUTEURS



20 ans d'expérience au sein d'un grand groupe international, en communication institutionnelle, relations (tous) publics, relations médias et communication sensible/de crise.

Exposition médiatique, contexte politique sensible, mobilisation d'opposition ou sociale, atteintes à l'intégrité physique de parties prenantes internes et externes, .... sont les sujets récurrents d'intervention de **Fabienne Laurenceau**.

Consultante en communication sensible et de crise depuis 2017, elle accompagne entreprises, collectivités territoriales et institutions, dans la définition de leur stratégie de communication sur leurs épisodes critiques.



17 ans passés au sein du **GIGN**, notamment comme chef de la cellule de négociation et coordinateur national d'un réseau de 350 spécialistes en négociation de crise pour la Gendarmerie, **Frédéric Rogé** a connu toutes sortes de situations critiques.

Extorsions, chantage, menaces, enlèvements ou encore forcenés, prises d'otages et actions terroristes, Toutes ces situations ont en commun d'avoir été générées par une action humaine.

Il met aujourd'hui son expérience, ses savoir-faire mais également son engagement et ses valeurs au service des organisations et entreprises pour les assister dans la gestion de toutes situations déstabilisantes qui impliquent l'humain.