

Communication médias

Sessions distancielles 2023

Qualiopi
processus certifié

■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :
ACTIONS DE FORMATION



Mis à jour 6 AVRIL

FACE-MEDIAS

+33 (0)6 07 19 18 42

contact@face-medias.com

Face-Medias
Prise de parole en médias



Sessions distancielles : l'alternative souple et efficace aux présentiels !

Une sélection de formations adaptées au format distanciel pour répondre à vos besoins de montées en compétences et à vos contraintes de plannings :

1. SAVOIR FAIRE PASSER SES MESSAGES EN INTERVIEWS
FACE AUX JOURNALISTES - TECHNIQUES CLES - N1 - page 3

2. ECRITS JOURNALISTIQUES : SAVOIR REDIGER DES COMMUNIQUEES DE
PRESSE IMPACTANTS - page 6

***« Des spécialistes
de la communication médias pour former
vos leaders, top management et collaborateurs
à distance plus sûrement, plus simplement
et plus efficacement »***





SAVOIR FAIRE PASSER SES MESSAGES EN INTERVIEWS FACE AUX JOURNALISTES

TECHNIQUES CLES - N1

Référence MEDTRAFA02-I

Fiche programme inter distanciel

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les leaders et top managers de l'entreprise, mais aussi les experts techniques, les collaborateurs de terrain, peuvent être interpellés par les médias d'une minute à l'autre. Une opportunité s'ils en connaissent les codes, car les médias sont une formidable caisse de résonance, porteuse d'une visibilité unique !

Mais si on ne les maîtrise pas, on court le risque voir son message déformé, ou – pire ! - détourné de son sens initial.

Car s'exprimer efficacement face à un micro ou une caméra TV, voire répondre au téléphone à un journaliste inquisiteur, exige d'en maîtriser les codes. Et il n'est pas naturel de s'exprimer avec aisance devant un micro, une caméra ou l'auditoire d'une conférence de presse !

Pour bien faire passer son message, il est indispensable de connaître les règles du jeu et maîtriser les clés d'une communication à hauts risques !

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation permet aux participants de savoir faire passer efficacement les messages de l'entreprise face aux journalistes. Ils deviennent des porte-paroles légitimes, capables de valoriser l'actualité de l'entreprise pour en assurer une exploitation positive par les médias.

CONTACT



FACE-MÉDIAS

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-medias.com
www.face-medias.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Connaître les codes, besoins et contraintes des journalistes ;
- Savoir préparer des messages valorisants pour l'entreprise et attrayants pour les médias ;
- Savoir répondre aux questions des journalistes tout en faisant passer efficacement ses messages ;
- Se profiler auprès des médias comme une ressource à valeur ajoutée.

Public concerné

- Tout collaborateur potentiellement amené à répondre aux interviews des journalistes.

Prérequis

- Aucun prérequis.

Durée

- 2 jours (14 heures) consécutifs de deux modules chacun.

Formats

- Accessible aux entreprises et individuels en distanciel ;

Méthodes pédagogiques

- Découverte, démonstrative et magistrale ;
- Majorité d'exercices d'application, mises en situations ;
- Exercices de création de messages médias et éléments de langage ;
- Exercices d'interviews TV (image), radio (son) et presse écrite (notes).

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : mises en situations et quizz d'acquisition ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert relation média, ancien journaliste ;
- Méthodologie spécifique orientée maniabilité sur le terrain ;
- 6 participants maximum ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoires

- Diaporama et documents de travail utilisés pendant la formation ;
- Les transcriptions des interviews individuels presse écrite ;
- Les participants reçoivent chacun un jogger des 20 techniques clés.

Actualisé en avril 2023

CALENDRIER DISTANCIELS INTER-ENTREPRISES 2023

Formats

Formation distancielles via Zoom.
14 heures : deux journées de 2x7h,
2x2 modules.

- 6 participants max. par session
(Le nombre restreint permet un travail poussé en entretiens et des feedbacks très individualisés).

Les 4 modules (2 jours, 14h) :

1. Comprendre les médias pour pouvoir s'y adapter
2. Communiquer vers la presse écrite
3. Communiquer en radios et podcast
4. Communiquer en TV et YouTube

7 & 8 mars ; 6 & 7 avril ; 4 & 5 mai ;
1 & 2 juin ; 4 & 5 juillet ; 21 & 22 août ;
11 & 12 septembre ; 2 & 3 octobre ;
16 & 17 novembre ; 4 & 5 décembre.

Budget distanciels

- 1.450 euros HT la formation de deux journées. 20% de TVA.

Financement

Formation éligible au FNE-formation renforcé.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-medias.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.

Module 1 : Comprendre et s'adapter aux médias

- Comprendre les contraintes et formats des médias
- Se positionner comme une ressource auprès des journalistes
- Savoir créer des messages adaptés aux médias
- Comment déjouer les principaux pièges

Module 2 : Presse écrite

- Comprendre les contraintes des médias sonores
- Comment se préparer aux entretiens de presse écrite
- Savoir créer des messages en format presse écrite (PQR et nationale)
- Comment réussir son entretien en presse écrite
- Comment déjouer les principaux pièges

Module 3 : Radios et podcasts (internet)

- Comprendre les contraintes des médias sonores
- Comment se préparer aux entretiens radios et podcasts
- Savoir créer des messages adaptés aux radios et podcasts
- Comment réussir son entretien en radios et podcasts
- Comment déjouer les principaux pièges

Module 4 : Télévisions et YouTubeurs (internet)

- Comprendre les contraintes des médias visuels
- Comment se préparer aux entretiens télévisions et YouTubeurs
- Savoir créer des messages adaptés aux télévisions et YouTubeurs
- Comment réussir son entretien en télévision et sur YouTube
- Comment déjouer les principaux pièges

PRESENTATION DES CONTENUS TRAVAILLES

Connaître les besoins et formats des médias

- Le média comme caisse de résonance incontournable
- Connaître les contraintes des médias et des journalistes
- La clé des médias : les lois de proximité
- Le produit et le coût du passage médias : visibilité et distorsion
- Sélectionner le bon média pour le bon public cible

Parler le même langage que les journalistes

- Comment répondre à une demande d'entretien
- S'appuyer sur son communiqué de presse s'il en existe un
- Temps de bouclage et structure de l'info : faciliter la tâche aux journalistes
- Fournir des angles et thématiques secondaires au journaliste
- Identifier le fait d'actualité et valoriser les liens avec les sujets d'actualité (le « peg »)

Préparer un message solide et attrayant sur le fond et la forme pour les journalistes

- Valoriser la nouveauté, l'unicité pour apporter un fait remarquable
- Indiquer comment ce fait d'actualité impacte le public du média
- Utiliser le plan du communiqué de presse comme centre de gravité de l'expression du message
- Savoir exprimer ses messages en trois dimensions : faits, opinions et sentiments
- Fournir des illustrations, des exemples incarnés, concrets (storytelling) pour incarner ses messages

Interview presse écrite : comment s'assurer de faire passer le bon message

- Préparer des éléments de langage validés par sa hiérarchie
- Structurer son message en 4 niveaux d'informations
- Fournir des formules choc et mémorables
- Être synthétique dans l'expression de ses messages
- A l'issue, envoyer un récapitulatif des éléments de l'interview
- Se montrer disponible à l'issue pour le journaliste

Interview radio & podcasts : faire passer le bon message à l'oral

- Idem que pour la presse écrite, + :
 - ✓ Se créer des éléments de langage maniables
 - ✓ S'adresser au journaliste mais parler pour le public
 - ✓ Utiliser le plan journalistique
 - ✓ Syntaxe : se limiter aux propositions principales simples
 - ✓ Proposer en permanence un contenu (info) et une ambiance

Interview TV, YouTubeurs et vlogs : faire passer le bon message visuel -

Idem que pour la presse écrite et la radio, + :

- ✓ Être force de proposition sur le cadre physique de l'entretien
- ✓ Contrôler et projeter un langage du corps intéressant
- ✓ Faire vivre le cadre de l'image par une gestuelle vivante
- ✓ Projeter un regard animé vers le journaliste
- ✓ Se prêter au jeu des plans de coupe

Suivre sur les interviews pour favoriser les passages médias futurs

- Envoyer un mot d'appréciation au journaliste
- Réaffirmer sa disponibilité d'interventions sur les thématiques choisies

FORMATION DISTANCIELLE COMPLEMENTAIRE

ECRITS JOURNALISTIQUES : SAVOIR REDIGER DES COMMUNIQUEES DE PRESSE IMPACTANTS - Réf. ECRMEDFR52Idist

Objectifs opérationnels

- Savoir rédiger des communiqués de presse accrocheurs ;
- Connaître les besoins de journalistes et savoir y répondre.

Pour qui

- Tout collaborateur qui doit rédiger des communiqués de presse : attachés de presse, chargés relations presse, service media, service communication, assistante, etc.

CONTACT



FACE-MEDIAS

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-medias.com
www.face-medias.com



ECRITS JOURNALISTIQUES : SAVOIR REDIGER DES COMMUNIQUEES DE PRESSE IMPACTANTS

Référence ECRMEDFR52Idist

Fiche programme inter distanciel

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les communiqués de presse envoyés à la presse rencontrent de nombreux obstacles : l'intérêt du journaliste, l'actualité du moment, une structure de lecture adaptée aux contraintes du journaliste, et une rédaction attrayante.

Or, les rédacteurs chargés des communiqués de presses, manquent souvent de points de repères techniques ; la vue interne de l'actualité de l'entreprise est souvent déconnectée de celle des journalistes, confrontés à d'autres sujets d'actualité.

Résultat, les communiqués de presse manquent leurs cibles et ne produisent pas les résultats escomptés.

BENEFICES DE LA FORMATION

Cette formation offre les repères et les techniques pour dynamiser ses communiqués de presse.

On y acquiert les techniques fondamentales de rédaction journalistique centrée sur la mise en phase avec les besoins des journalistes.

On y travaille sur la proposition d'angles intéressants le lectorat du journaliste, en se mettant à son niveau de savoir.

On y apprend également à améliorer la mise en avant des éléments liés à l'actualité du journaliste, à rédiger des titres accrocheurs et à augmenter l'impact et la concision des textes.

CONTACT



FACE-MEDIAS

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-medias.com
www.face-medias.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir rédiger des communiqués de presse accrocheurs ;
- Connaître les besoins de journalistes et savoir y répondre.

Pour qui

- Tout collaborateur qui doit rédiger des communiqués de presse : attachés de presse, chargés relations presse, service media, service communication, assistante, etc.

Prérequis

- Savoir utiliser un logiciel de traitement de texte.

Durée

- La formation se déroule sur 1 journée (7 heures).

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en distanciel.

Méthodes pédagogiques

- Mises en application pratiques sur des communiqués déjà rédigés par les participants ;
- Réécriture de communiqués de presse en groupe, apports théoriques & échanges de bonnes pratiques entre stagiaires.
- Découverte, démonstrative et magistrale ;
- Majorité d'exercices d'application, mises en situations ;

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : mises en situations et quizz d'acquisition ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert relation média, ancien journaliste ;
- Méthodologie spécifique orientée maniabilité sur le terrain ;
- 6 participants maximum ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoires

- Diaporama et documents de travail utilisés pendant la formation ; Les participants reçoivent chacun un jogger plastifié A5 des 20 techniques de rédaction clés, très maniable.

Actualisation : avril 2023

Formats

- Formation inter-entreprises en distanciel (Zoom) de 7 heures.
- 6 participants max. par session (Le nombre restreint permet un travail poussé en entretiens et des feedbacks très individualisés).

CALENDRIER 2023

- 28 juin, 6 juillet, 30 août, 18 septembre, 25 octobre, 16 novembre, 6 décembre

Budget

- 550 euros HT en forfait tout compris. 20% de TVA.

Financement

Formation éligible au FNE-formation renforcé.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-medias.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.

CONTACT



FACE-MEDIAS

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-medias.com
www.face-medias.com

Connaître les besoins et formats des médias

- Le média comme caisse de résonance incontournable
- Twitter : le point de rencontre privilégié avec les médias
- Internet et la relation presse : de l'influenceur au journaliste
- Connaître les contraintes des médias et des journalistes
- La clé des médias : les lois de proximité
- Le produit et le coût du passage médias : visibilité et distorsion
- Sélectionner le bon média pour le bon public cible
- Se positionner comme ressource des médias

Savoir rédiger un communiqué de presse à valeur ajoutée

- Identifier le fait d'actualité
- Mettre en valeur la nouveauté, l'unicité
- Indiquer comment ce fait d'actualité impacte le public du média
- Fournir des exemples incarnés, concrets (storytelling)
- Utiliser le plan journalistique dès le communiqué de presse

Le format du communiqué de presse

- Les types de communiqués de presse ;
- Occasions de production et e-diffusion.
- Les présentations types ;
- Mentions indispensables.

Actualité et angle

- Proposer un angle adapté au lectorat et à l'actualité ;
- Mettre en avant une vraie valeur ajoutée d'information sur le sujet ;
- Rester sur l'angle tout au long du communiqué ;
- Angles multiples : avantages et dangers.

Le message essentiel

- Comment définir le message essentiel ;
- Formuler le message à diffuser ;
- Savoir adapter le message au lectorat du journaliste ;
- Rédiger pour répondre aux demandes du journaliste : qui, quoi, où, quand, comment.

Techniques rédactionnelles

- Savoir structurer son communiqué pour mettre en valeur les liens avec l'actualité ;
- Utiliser un plan et un niveau d'information adaptés au sujet et au lectorat ;
- Hiérarchiser son information autour du message essentiel.
- Varier le vocabulaire, être précis, donc concis et concret ;
- Savoir alterner représentations factuelles, opinions et émotions ;
- Rédiger dans un style dynamique tout au long du communiqué ;
- Soigner particulièrement l'attaque et la chute.

FORMATION COMPLEMENTAIRE

[Savoir écrire comme un journaliste : comment rédiger des articles informatifs pour le journal interne Réf. ECRMEDFR50](#)

Objectifs opérationnels

- Connaître et appliquer les règles d'intérêt, d'accessibilité, de lisibilité et compréhension des articles ;
- Savoir utiliser les techniques et les règles de rédaction efficaces d'un article en communication interne / externe.

Public concerné

- Tout collaborateur pressenti pour rédiger les articles du journal interne (web, print) ou collaborer à leur rédaction.

**Pour inscrire vos collaborateurs aux sessions
distanciées 2023, contactez-nous vite :**

FACE-MEDIAS

+33 (0)6 07 19 18 42 - contact@face-medias.com

***« Des spécialistes
de la communication médias pour former
vos leaders, top management et collaborateurs
à distance plus sûrement, plus simplement
et plus efficacement »***

