



RELATIONS PRESSE : CREER ET ENTRETENIR DES RELATIONS FRUCTUEUSES AVEC LES JOURNALISTES

TECHNIQUES CLES - N1

Référence MEDTRAFRA01

Fiche programme

BESOINS DE L'ENTREPRISE

L'entreprise ne peut ignorer les médias. Qu'elle le veuille ou non, ceux-ci amplifient ou étouffent ses messages, les distordent ou les rectifient, etc. Dans tous les cas, l'entreprise se doit d'agir sur ce qui se dit d'elle, de ses services et ses produits, en TV, radio, presse écrite, médias internet.

Mais elle dispose rarement d'un personnel qualifié (assistant relation presse) ou d'un prestataire extérieur dédié (agence). L'entreprise doit donc former un pool interne de collaborateurs dédiés aux techniques de la relation presse.

APPORTS DE LA FORMATION

Les participants apprennent à créer et entretenir une relation presse crédible et positive avec les journalistes de médias pertinents. Ils apprennent à mettre en valeur l'actualité de l'entreprise pour une exploitation positive par les médias.

En fin de formation ils sont capables de faire passer professionnellement les messages de l'entreprise auprès des journalistes pour une visibilité accrue dans les médias.

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 créer et entretenir une relation presse crédible ;
- Savoir mettre en valeur l'actualité de l'entreprise pour une exploitation positive par les médias ;
- Savoir faire passer professionnellement les messages de l'entreprise auprès des journalistes.

Public concerné

- Tout collaborateur pressenti pour communiquer auprès des médias.

Prérequis

- Aucun prérequis.

Durée

- Un jour (7 heures).

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings et présentiel ;

Méthodes pédagogiques

- Démonstrative et magistrale ;
- Majorité d'exercices d'application, mises en situations ;
- Exercices de rédaction de communiqués de presse ;
- Exercices d'interviews en presse écrite.

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 (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoires

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

1^{ère} ½ journée

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

Se positionner comme ressource des médias

- Twitter : le point de rencontre avec les médias
- Internet et la relation presse : de l'influenceur au journaliste
- Constituer un annuaire de journalistes en lien avec son activité
- Se présenter aux journalistes pour intégrer leur database
- Utiliser l'échange gagnant-gagnant avec les médias
- Nourrir le journaliste de communiqués de presse pertinents
- Inviter le journaliste dans les locaux et à des événements de l'entreprise

Parler le même langage que les journalistes

- Temps et structure : faciliter la tâche aux journalistes
- Être synthétique dans ses messages
- Exprimer ses messages en trois dimensions : faits, opinions et sentiments
- Fournir des illustrations, des exemples
- Structurer son message en 4 niveaux d'informations

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

Savoir constituer un dossier de presse efficace

- Développements techniques : penser 360°
- Fournir des visuels incarnés
- Structurer le dossier en thématiques
- Fournir des liens web directs vers de pages pertinentes

2^{ème} ½ journée

Interview presse écrite : les fondamentaux de passage de message

- Comment répondre à une demande d'entretien
- S'appuyer sur son communiqué de presse s'il en existe un
- Préparer des éléments de langage validés par sa hiérarchie
- Fournir des formules choc et mémorables
- A l'issue, envoyer un récapitulatif des éléments de l'interview
- Se montrer disponible pour le journaliste

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

Formations complémentaires pour des besoins spécifiques :

Savoir faire passer ses messages en interviews face aux journalistes (TV, radios et presse écrite)
Réf - MEDTRATV03

Situations de crises : réussir ses interviews face aux journalistes (TV, radios et presse écrite)
Réf - MEDTRATV04

MODALITES D'ACCES 2022-23

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Dates, lieux, tarifs des sessions inters

Sur devis personnalisé, nous consulter.

6 participants max. par session : un nombre restreint permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.

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 1^{ère} inscription.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handicapés accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

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