

ECRITS JOURNALISTIQUES : SAVOIR REDIGER DES COMMUNIQUEES DE PRESSE IMPACTANTS

Référence ECRMEDFR521

Fiche programme inter-entreprises

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 distanciels.

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.



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

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).

Budget

- 650 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.

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 complémentaire pour des besoins spécifiques :

Savoir écrire comme un journaliste : comment rédiger des articles informatifs pour le journal interne
Réf. ECRMEDFR50

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