



# SITUATIONS DE CRISES : REUSSIR SES INTERVIEWS FACE AUX JOURNALISTES

Référence MEDTRAFRA04

## Fiche programme

### BESOINS DE L'ENTREPRISE

En situation sensibles / de crise, les médias s'emballent et courent après l'information sensationnelle et unique, celle qui leur donnera un avantage sur leurs concurrents. Pour l'obtenir ils n'hésitent pas à fouiller, insinuer, hypothéquer, voir à faire dire ce qu'ils veulent entendre.

Face à l'emballement médiatique, l'entreprise et ses porte-paroles sont plus préoccupés par la protection de l'image et de l'outil de production de l'entreprise : ils jouent en défense. De plus, réagissant, ils sont soumis à de fortes tensions émotionnelles qui réduisent leurs capacités face aux micros et aux caméras.

Pour faire face efficacement à cet emballement médiatique émotionnel, il est indispensable de muscler son jeu techniquement et émotionnellement : il faut maîtriser les mécanismes de l'interview médiatique à chaud et élever son niveau de capacité empathique.

### APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation permet aux participants de se doter de toute la panoplie de méthodes et techniques qui leur permettront à la fois de défendre leurs messages en ambiance émotionnelle à chaud et de nourrir les médias de messages proactifs positifs.

### CONTACT



#### FACE-MEDIAS

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

[patrickjay@face-medias.com](mailto:patrickjay@face-medias.com)  
[www.face-medias.com](http://www.face-medias.com)

### PRESCRIPTIONS

#### Objectifs opérationnels

- En situation sensible et de crise :
  - o Savoir communiquer efficacement face aux journalistes ;
  - o Savoir exprimer correctement les messages appropriés face aux journalistes.
- Se positionner comme source fiable et durable durant toute la crise.

#### Public concerné

- Tout collaborateur légitime pour parler au nom de l'entreprise en situation critique.

#### Prérequis

- Avoir déjà une expérience de base en passage médias.

#### Durée

- 2 jours (14 heures).

#### Formats

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

#### Méthodes pédagogiques

- Découverte, démonstrative et magistrale ;
- Majorité d'exercices d'application, mises en situations ;
- Exercices de création de messages médias et éléments de langage en situation de crise ;
- Exercices d'interviews de crise : 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 (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.

Actualisation : janvier 2024

### MODALITES D'ACCES 2024

#### 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.

#### Inscriptions

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

#### Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handi-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](mailto:patrickjay@face-medias.com)  
[www.face-medias.com](http://www.face-medias.com)

#### 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

#### Médias et crises : les fondamentaux de fonctionnement

- Le public face aux crises : répondre aux 5 émotions des crises : surprise, peur, colère, dégoût, tristesse
- Schémas de communication de crise
- Participer au plan de communication et aux cellules de crise :
- Rôle et principes de relations avec les médias en crise
- La crise et les réseaux sociaux : combattre les rumeurs
- Stratégies à adopter : objectifs et choix des messages
- Se préparer à évoquer les conséquences dans le futur
- Savoir répondre aux situations passées mises en parallèle
- Savoir répondre aux hypothèses et insinuations

#### Savoir rédiger un communiqué vers les agences de presse

- Bien identifier les différents faits d'actualité
- Indiquer comment ils impactent le public du média
- Fournir des exemples incarnés, concrets (storytelling)
- Travailler dans l'esprit des brèves
- Utiliser le plan journalistique dès le communiqué de presse

#### Parler le même langage que les journalistes

- Temps et structure de crise : faciliter la tâche aux journalistes
- Préparer et valider des éléments de langage empathiques
- Être synthétique mais empathique dans ses messages
- Exprimer ses messages en 3 dimensions : faits, opinions et sentiments
- Fournir des infos, illustrations et exemples humains
- Structurer son message en 4 niveaux d'informations

#### Interviews radio, TV, presse écrite : centrer sur l'humain !

- Utiliser la synergie presse écrite et « médias chauds »
- Savoir répondre à une demande d'entretien à chaud
- Utiliser le plan du communiqué de presse comme centre de gravité de l'expression du message
- S'adresser au journaliste mais parler aux ressentis du public
- Syntaxe : se limiter aux propositions principales simples
- Contrôler et projeter un langage du corps contrôlé
- Se montrer disponible pour le journaliste

#### Formation complémentaire pour des besoins spécifiques :

Relations presse : créer et entretenir des relations fructueuses avec les journalistes  
Réf - MEDTRATV01

#### Formation complémentaire pour des besoins spécifiques :

Savoir participer avec impact aux débats en plateaux TV  
Réf. MEDTRATV03