



SAVOIR FAIRE PASSER SES MESSAGES EN INTERVIEWS FACE AUX JOURNALISTES

TECHNIQUES CLES - N1

Référence MEDTRAFRA02-1

Fiche programme inter-entreprises

BESOINS DE L'ENTREPRISE

Les collaborateurs de l'entreprise peuvent être interpellés par les médias d'une minute à l'autre. Pour qui en connaît les codes, les médias sont une formidable caisse de résonance, porteuse d'une visibilité unique !

Mais pour qui ne les maîtrise pas, le risque est grand de 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 aux questions d'un journaliste inquisiteur, exige d'en connaître parfaitement le format, 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-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

- 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) non consécutifs de deux modules chacun.

Formats

- Accessible aux entreprises et individuels en présentiel et 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.

CALENDRIER 2^{ème} SEMESTRE 2023

PRESENTIELS PARIS OPERA

Formats

- Formation inter-entreprises en nos locaux de Paris Opéra.
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

Budget

- 1.650 euros HT la formation de deux Journées, repas compris. TVA 20%.

DISTANCIELS ZOOM

Formats

- Formation inter-entreprises en distanciel (Zoom). Deux journées de 2x7h en 2x2 modules (14 heures).

Modules 1&2 (1 journée, 7h) :

1. Comprendre les médias pour pouvoir s'y adapter
2. Communiquer vers la presse écrite

Modules 3&4 (1 journée, 7h) :

3. Communiquer en radios et podcast
4. Communiquer en TV et YouTube

Présentiels et distanciels sont limités à 6 participants maximum par session pour un travail individualisé.

Budget distanciels

- 1.250 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.

PRESENTATION DES 4 MODULES DE 3H5 CHACUN

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

Inscriptions

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

Actualisé en avril 2023

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