

Les relations presse

Objectifs :

Maîtriser les différents outils de communication auprès des journalistes
Comprendre les spécificités et contraintes des différents supports et types de presse

Évaluer ses retombées presse et ajuster sa stratégie

Programme :

Mettre en œuvre la stratégie et définir un plan d'action

- ✓ Rappel des étapes de la stratégie : message, ciblage média, planning
- ✓ Définir un plan d'action

Etablir une relation sur-mesure avec la presse et se différencier

- ✓ Comprendre la logique du journaliste et adapter le message
- ✓ Définir une stratégie de diffusion : on, off, embargo
- ✓ Constituer et gérer un fichier hautement qualifié
- ✓ Travailler avec les pigistes
- ✓ Constituer et gérer un fichier presse efficace

Les différents supports et leurs spécificités

- ✓ Presse écrite, radio, télévision, Internet

La fabrication de l'information

- ✓ Comment un fait devient une information

Les journalistes

- ✓ Les « journalismes », les différents métiers
- ✓ Les critères de sélection, de hiérarchisation, les angles

Les relations presse

- ✓ Quand, comment, pourquoi et sur quoi communiquer avec les journalistes
- ✓ Définir une stratégie de communication
- ✓ Le fichier de presse et sa mise à jour
- ✓ Les outils : communiqué, dossier de presse, conférence, point presse, visite d'entreprise, site internet

Communication institutionnelle et Communication de crise

- ✓ Comment convaincre
- ✓ Connaître ses forces et ses faiblesses
- ✓ S'adapter à son interlocuteur
- ✓ L'importance de la gestuelle, posture, intonation
- ✓ Vaincre son appréhension et ses barrières psychologiques
- ✓ Avoir un objectif constructif
- ✓ Montrer une volonté d'ouverture, de conciliation

Code : A008

En présentiel :

Durée : 2 jours

Prix : 990 € HT

Lieu : Paris

Liste des dates :

05 au 06 janvier
04 au 05 avril
04 au 05 juillet
02 au 03 octobre
11 au 12 décembre

En distanciel :

Durée : 3 sessions de 0,5 jour et 1 heure de coaching individuel

Prix : 810 € HT

Liste des dates :

Mars : 08 matin, 11 matin et 12 matin
Juin : 03 matin, 05 matin et 06 matin
Septembre : 03 après-midi, 05 après-midi et 06 après-midi
Novembre : 04 après-midi, 07 après-midi et 11 après-midi

Public concerné :

Dirigeants, et cadres dirigeants, administrateurs (associations, ONG...), responsables de collectivités locales et territoriales, experts, tout professionnel amené à être interviewé par un journaliste

Intervenants :

Spécialiste en communication et en relations presse

Pré-requis :

Expression correcte à l'écrit comme à l'oral

Techniques d'animation :

Alternance de théorie et de pratique.
Apport de

	<p>connaissances. Elaboration de messages. Utilisation de la vidéo. Etudes de cas. Cas pratique : élaborer une stratégie de relations presse.</p>
--	---