

PROGRAMME DE LA FORMATION

RELATIONS PRESSE CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE GAGNANTE



PUBLIC VISÉ

- Chefs d'entreprises, entrepreneurs, communicants...
- Toute personne amenée à lier contact et à organiser la relation avec les journalistes

ELIGIBILITÉ

- Evaluations diagnostiques avant la formation

PRÉREQUIS

- Aucun

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Présentiel
- Inter
- Intra

ACCESSIBILITÉ

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Un accompagnement spécifique peut être mis en place en fonction des besoins, afin de garantir des conditions optimales d'apprentissage.

CARACTÉRISTIQUES DE LA FORMATION



Durée de la formation:
14h



Nombre de jour de formation:
2 journées



Présentiel



Cas pratiques et mises en situation



Suivi par nos experts :
évaluations



Réussite de la formation

LE FORMATEUR

- Grégoire LARRIEU est Formateur professionnel, spécialiste des Relations presse. Il s'est notamment occupé des relations avec les médias en entreprise, association, institution et dans le milieu politique, dans des contextes à fort degré de visibilité et de sensibilité.
Sa méthode : challenger avec bienveillance les personnes qu'il accompagne en partant toujours de leurs capacités et besoins, et en centrant ses formations sur la pratique et les mises en situation concrètes.

DÉLAI D'ACCÈS

- 1 mois maximum à partir de la signature du contrat de prestation

ENVIRONNEMENT PEDAGOGIQUE

- Modalités et outils pédagogiques : exercices d'application, mémoires, ordinateur, vidéoprojecteur, caméscope, film, cas écrits, QCM, support de contenu papier
- Evaluation des acquis : formative, formatrice, sommatives critériées
- Evaluation de la satisfaction des apprenants : questionnaire individuel et anonyme à chaud
- Evaluation satisfaction financer : questionnaire d'évaluation à froid

TARIFS

- En INTER: 1386€ HT -TVA non applicable
- En INTRA: 2898€ HT -TVA non applicable

PROGRAMME DÉTAILLÉ

OBJECTIFS

À l'issue des 14 heures de formation, les participants seront capables de :

- Saisir les enjeux des relations presse
- Adopter une stratégie cohérente et efficace
- Maîtriser les techniques et outils essentiels
- Comprendre les journalistes et créer une relation de confiance avec eux
- Poser ses limites et se protéger en cas de difficulté.
- Évaluer et valoriser ses retombées presse

JOURNEE 1

INTRODUCTION

- Recueil des attentes individuelles
- Définition des enjeux de la formation
- Présentation du déroulé de la formation

COMPRENDRE L'ENVIRONNEMENT MÉDIATIQUE

- Saisir les attentes et contraintes des journalistes
- Connaître les différents médias et leurs spécificités

CONSTRUIRE UN PLAN MÉDIA

- Cibler les bons médias, au bon moment, selon les bons enjeux
- Choisir les formats adéquats : interview, tribune, reportage, visite presse, conférence de presse
- Maîtriser les outils fondamentaux : invitation, communiqué et dossier de presse
- Se familiariser avec les techniques avancées des relations presse : Exclusivité, Embargo, Pool presse

FAIRE UNE REVUE DE PRESSE

- Mesurer sa couverture presse
- La faire valoir, en interne et en externe

JOURNEE 2

DÉVELOPPER LA RELATION AVEC LES JOURNALISTES

- Etablir et diversifier ses contacts presse
- S'adresser aux journalistes de manière adaptée
- Approfondir certaines relations : "OFF" et Déjeuners presse

SAVOIR POSER DES LIMITES

- Accepter ou refuser une sollicitation
- Cadrer une demande d'interview ou de reportage
- Réagir quand les choses ne se passent pas bien.

CONCLUSION

- Recueil des ressentis et questionnements restants
- Résumé des grands enseignements