

Booster sa communication avec les médias et réussir son accueil presse

Directeur ou responsable de communication, vous souhaitez développer votre visibilité médiatique ? Vous cherchez à améliorer vos compétences en matière de communication avec les médias et réussir l'accueil presse de votre entreprise ? Notre programme est conçu pour vous aider à booster votre communication avec les médias et à réussir vos relations presse.

Il n'est pas aisé d'attirer l'attention des journalistes, très sollicités, de comprendre les spécificités des différents médias, de savoir répondre à leurs attentes et d'avoir une vraie stratégie médias.

Cette formation s'organise en plusieurs temps :

1 journée en présentiel + une production en situation de travail, corrigée par l'intervenante individuellement + 1/2 journée en visio pour un retour d'expérience collectif.

Durée: 11.00 heures (1.50 jours)

Profils des stagiaires

- Personnel en charge du marketing, de la communication, des relations presse.
- Responsables et chargés de communication, attachés de presse et chargés de relations presse.

Prérequis

- Avoir une expérience dans la communication.

Objectifs pédagogiques

- Connaître les différents outils de relations presse et savoir rédiger un communiqué de presse.
- Adapter ses relations presse aux spécificités des différents médias : presse écrite, radio, télévision, internet.
- Développer une approche média cohérente et structurée et mener à bien la stratégie de relations presse dans son entreprise.
- Concevoir des communiqués et dossiers de presse clairs et percutants.

Contenu de la formation

- L'univers des médias et leurs spécificités
 - Les sources de l'information.
 - Comprendre le métier des journalistes, cerner leurs motivations et les sujets d'intérêts pour les publics.
 - Comprendre la presse écrite : situation de la presse, tirage, l'édition print et web : les spécificités.
 - Identifier les spécificités de l'audiovisuel, les différentes radios et la presse en ligne
- Identifier les attentes et les méthodes de travail des journalistes
 - Distinguer les « différents » journalistes.

Institut du Tourisme - Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne

1C - 1D avenue de Bellefontaine CS 71777
35517 CESSON-SEVIGNE Cedex
Email: contact@institut-tourisme.bzh
Tel: 02 20 06 01 02



- Comprendre ce que recherchent les journalistes pour mieux l'intégrer.
- Mesurer l'importance de la ligne éditoriale.
- Développer des relations avec les Médias.
- Mesurer l'importance de la stratégie de communication presse : pourquoi, quand, comment et sur quoi communiquer ?
 - Construire une posture de communication.
 - Choisir les bons outils : fichier presse, outils digitaux...
 - Gérer efficacement la diffusion de ses informations.
 - Mettre en œuvre des outils de relations presse adaptés.
- Concevoir sa stratégie de relations presse avec les médias
 - Clarifier ses objectifs de sa stratégie de relations presse.
 - Intégrer les enjeux du digital pour optimiser sa stratégie relations presse.
 - Construire un fichier presse pour contacter efficacement les journalistes.
 - Établir un planning multicanal pour garantir le succès de sa stratégie.
- Mettre en œuvre sa stratégie de relations presse
 - Communiqué de presse, dossier de presse, portage, webinaire... : diversifier ses actions de relations presse pour renforcer son impact global.
 - Être générateur de sujets pour contacter et intéresser les journalistes.
 - Sélectionner des contenus adaptés à chaque canal pour développer des relations presse multicanales.
 - Mettre en place des partenariats avec les influenceurs : conseils et bonnes pratiques.
- Construire sa stratégie de relation Presse-Mise en situation
 - Travail individuel à réaliser en situation de travail qui sera corrigé individuellement par l'intervenante
- Retour d'expériences - Partage de connaissances (1/2 journée visio+1 mois)
 - En visio, vous échangerez 1 mois après la formation sur ce que vous avez appris, les ajustements, nouveaux process que vous avez intégré dans votre quotidien, ou ce que vous allez mettre en place tenant compte de ces apprentissages.

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Cette formation est animée par un consultant/formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validés par l'Institut du Tourisme.

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques-Etude de cas concrets
- Exercice pratique supervisé en situation pour personnaliser l'apprentissage appuyé par une intervention corrective individualisée entre 2 sessions avec l'intervenante
- Retour d'expérience en visio + 1 mois

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Journées et séquences rythmées par des apports théoriques, des exercices pratiques, des ateliers réels à partir de vos problématiques
- Questionnaire de positionnement/évaluation diagnostic en amont de la validation de l'inscription. Formulaire d'évaluation de la formation : questionnaire de satisfaction à chaud (J+ 2) puis évaluation de type sommative afin de suivre la progression des transferts de compétences in situ (J+30 à J+60)
- Certificat de réalisation