



Booster sa communication avec les médias et réussir son accueil presse

Découvrez les clés pour dynamiser votre communication avec les médias et maîtriser l'accueil presse

Vous êtes directeur ou responsable de communication et 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.

Obtenir un article ou un reportage dans la presse (papier, TV, web ou radio), c'est assurer une forte visibilité à sa destination touristique et espérer de bonnes retombées. Il n'est cependant pas toujours 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. Par l'apport de connaissances, les échanges et les exercices pratiques, cette formation permet de renouveler son approche des relations presse, réinventer ses supports, faire émerger de nouvelles idées, et apporter une valeur ajoutée à ses rendez-vous presse!

Durée: 14.00 heures (2.00 jours)

Profils des stagiaires

- Personnel en charge du marketing, de la communication, des relations presse.

Prérequis

- Aucun

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les relations avec la presse.
- Comprendre le fonctionnement des médias et des journalistes.
- Développer une approche média cohérente et structurée.
- Mettre en place des partenariats médias.
- Concevoir des communiqués et dossiers de presse clairs et percutants.
- Réussir ses accueils presse.

Contenu de la formation

- Le fonctionnement des médias et des journalistes
 - Se familiariser avec le fonctionnement et les spécificités des différents médias.
 - Comprendre le métier des journalistes, cerner leurs motivations et les sujets d'intérêts pour les publics.
 - Distinguer rédaction et régie publicitaire.

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



Institut du Tourisme

Fédération des offices de tourisme de Bretagne

- La gestion des relations presse
 - Connaître et maîtriser les outils des relations avec la presse.
 - Créer, actualiser et enrichir son fichier presse en élargissant le champ des possibles.
 - Structurer et rédiger communiqués et dossiers de presse.
 - Identifier les points forts de sa destination et les valoriser.
 - Se démarquer grâce à des supports presse efficaces et percutants.
 - Entretenir les relations avec la presse et mettre en place des partenariats.
- Le BA-BA pour un « bon » rendez-vous presse :
 - Choisir le « bon » format (point presse, conférence, voyage de presse...).
 - Planifier le « bon » moment.
 - Identifier le « bon » endroit.
 - Cibler les « bons » intervenants.
 - S'entraîner à l'interview et/ou briefer ses collaborateurs avec un peu de média training.
- Des « détails » qui font la différence
 - Soigner l'accueil.
 - Préparer le « contenu ».
 - Préparer le « terrain ».
 - Anticiper les besoins des journalistes.
 - Prévoir la logistique nécessaire pour l'accueil d'un journaliste ou d'une équipe de tournage.
- L'après
 - Ne pas négliger la revue de presse qui est bien plus utile qu'on ne le pense...
 - Valoriser les retombées presse pour relancer sa communication.

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

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

- Feuilles de présence.
- Journées rythmées par des études de cas, des exercices pratiques, des ateliers collectifs à partir d'exemples fictifs ou réels et à partir des problématiques des participants.
- 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