

Média Training

Maîtriser sa communication avec les médias

Description de la formation

Cette formation en Media-Training, dispensée en distanciel sur deux journées de 6 heures chacune, vise à outiller les collaborateurs des acteurs territoriaux de l'économie et du tourisme pour s'améliorer dans leurs interactions avec les médias. Répartie sur une période de 15 jours, elle combine théorie, exercices pratiques et simulations d'interview pour permettre aux participants de :

- Comprendre les attentes des journalistes et les spécificités des différents médias.
- Maîtriser les techniques de prise de parole en public et de gestion du stress.
- Répondre efficacement aux questions, éviter les pièges et délivrer des messages clairs et percutants.
- Utiliser les plateformes numériques pour diffuser des messages et gérer sa réputation en ligne.
- Participer à des simulations d'interview et recevoir des retours d'expérience constructifs.

Animée par un formateur expérimenté, cette formation interactive et pratique garantit une montée en compétence et une amélioration notable des performances médiatiques des participants.

Objectifs pédagogiques

1. Comprendre les fondamentaux du Media-Training : Acquérir les bases théoriques de la communication médiatique, comprendre les attentes et les contraintes des médias.
2. Maîtriser les techniques de prise de parole en public : Savoir structurer son discours, adopter une posture et un langage corporel adéquat, gérer le stress et l'émotion.
3. Développer des compétences pratiques en interview : Répondre efficacement aux questions, éviter les pièges des journalistes, et délivrer des messages clairs et percutants.
4. Utiliser les médias sociaux et numériques : Apprendre à utiliser les plateformes numériques pour diffuser des messages, gérer sa réputation en ligne et interagir avec les médias.
5. Simulations et retours d'expérience : Pratiquer à travers des simulations d'interview, analyser les performances et s'améliorer grâce aux retours constructifs.

Public Visé par la Formation

Cette formation en Media-Training s'adresse principalement aux :

1. **Responsables de communication** : Chargés de la relation avec les médias et de la gestion de l'image de l'organisation.
2. **Porte-parole et représentants officiels** : Personnes désignées pour parler au nom de l'organisation lors d'événements médiatiques.

3. **Cadres dirigeants et managers** : Acteurs clés dans la prise de parole publique et la diffusion des messages institutionnels.
4. **Collaborateurs en charge des relations publiques** : Ceux qui interagissent régulièrement avec les journalistes et les médias.
5. **Responsables des réseaux sociaux et de la communication numérique** : Professionnels gérant la réputation en ligne de l'organisation et la communication sur les plateformes numériques.

Déroulé pédagogique

Première journée (6 heures)

Introduction et objectifs de la formation (30 min)

- Présentation de la formation et des participants
- Explication des objectifs pédagogiques
- Mise en contexte : importance du Media-Training pour les collaborateurs

Module 1 : Les fondamentaux de la communication médiatique (1h30)

- Les différents types de médias et leurs spécificités
- Les attentes des journalistes
- La construction du message clé

Pause (15 min)

Module 2 : Techniques de prise de parole en public (1h30)

- Structurer son discours : introduction, développement, conclusion
- Langage corporel et gestuelle
- Gestion du stress et des émotions

Déjeuner (1 heure)

Module 3 : Les bases de l'interview (2 heures)

- Préparation et structuration des réponses
- Techniques pour éviter les pièges
- Exercices pratiques : jeux de rôle et mises en situation

Conclusion et debrief de la journée (15 min)

- Synthèse des apprentissages
- Questions/réponses
- Préparation des exercices intersession

Intersession (15 jours)

- Exercice pratique : enregistrement d'une courte vidéo d'interview à domicile

- Analyse individuelle des vidéos par le formateur
- Préparation de questions pour la deuxième journée

Deuxième journée (6 heures)

Retour sur l'intercession et analyses individuelles (1 heure)

- Visionnage et analyse des vidéos des participants
- Retour d'expérience et axes d'amélioration

Module 4 : Gestion des médias numériques et sociaux (1h30)

- Les bonnes pratiques sur les réseaux sociaux
- Construire et gérer sa réputation en ligne
- Interagir avec les journalistes sur les plateformes numériques

Pause (15 min)

Module 5 : Ateliers pratiques et simulations d'interview (2 heures)

- Mises en situation avancées
- Interviews en conditions réelles (simulées)
- Débriefings personnalisés

Déjeuner (1 heure)

Module 6 : Stratégies avancées de communication (1h30)

- Gestion de crise médiatique
- Communiquer lors d'événements importants
- Adapter le discours en fonction de l'audience

Conclusion et bilan de la formation (45 min)

- Synthèse des deux journées de formation
- Évaluation des acquis
- Questions/réponses et feedback des participants
- Distribution des certificats de participation

Pré-requis pour la Formation

1. Compétences de base en communication : Les participants doivent avoir une bonne maîtrise des compétences de base en communication, notamment la capacité à structurer un discours et à s'exprimer clairement en public.
2. Connaissance de l'organisation : Les participants doivent bien connaître l'organisation (AaDTM) et ses activités, afin de pouvoir représenter efficacement ses intérêts et ses messages.
3. Expérience professionnelle : Il est recommandé que les participants aient au moins une expérience professionnelle de deux ans, de préférence dans des rôles impliquant des interactions avec le public ou les médias.

4. Familiarité avec les outils numériques : Une connaissance de base des outils de visioconférence (Zoom, Teams, etc.) et des plateformes de réseaux sociaux (Twitter, Facebook, LinkedIn) est souhaitable.
5. Motivation et implication : Les participants doivent être motivés et prêts à s'impliquer activement dans les exercices pratiques et les simulations proposées durant la formation.

Méthodes Pédagogiques

- Apports théoriques et concepts clés
- Exercices pratiques et mises en situation
- Jeux de rôle et simulations d'interview
- Feedback personnalisé et analyse des performances
- Utilisation d'outils numériques pour l'interaction et la collaboration

Moyens Pédagogiques

- Plateforme de visioconférence (Zoom)
- Matériel de simulation (caméra, microphone) en présentiel
- Support de cours numérique et exercices en ligne
- Vidéos et études de cas