

COMMUNIQUER ET MAITRISER LES TECHNIQUES D'INTERVIEWS FACE AUX MEDIAS

Vous souhaitez être plus présent dans les médias ? Vous vous demandez quels médias choisir et comment établir une stratégie de communication avec la presse ? Vous voulez développer des contacts presse et savoir répondre à un journaliste lors d'une interview, tout en déjouant les pièges.

POINT CLÉS

LE NIVEAU DE CONNAISSANCES PRÉALABLE REQUIS

Compréhension de la langue française. Au moins 6 mois dans l'entreprise et connaître de votre entreprise et son environnement.

DURÉE

1 jour

PUBLIC

Toute personne qui, dans le cadre de son activité professionnelle, est confrontée à la presse.

OBJECTIFS

Vous fournir les outils pour vous faire connaître des médias et susciter des contacts presse. Vous préparer pour être à même de répondre de façon professionnelle aux journalistes et éviter les pièges. Vous apprendre à maîtriser différentes situations.

MÉTHODOLOGIE

La formation est basée sur l'alternance entre la théorie et des exemples pratiques. Des cas concrets d'entreprises sont analysés et font l'objet d'une réflexion et d'un échange de points de vue. Des listes mémo sont mises à la disposition des participant.

LES MOYENS TECHNIQUES

Salle spacieuse et permettant des prises de parole en public et des échanges en sous-groupes. Equipement pour projecteur, diaporama en Powerpoint, fiches synthèse / mémo, manuel pédagogique, tableau papier, caméra.

LES MOYENS D'ENCADREMENT

Encadré par un formateur confirmé, ayant lui-même été porte-parole et avec grande expérience professionnelle

LES MOYENS D'EVALUATION MIS EN OEUVRE ET SUIVI

Contrôle des acquis par le formateur. Emargement. Attestation de fin de formation.

Connaître le paysage médias pour mieux cibler vos messages

La presse écrite versus la presse audiovisuelle
La presse générale versus la presse spécialisée
Les nouveaux médias

Connaître vos interlocuteurs médias pour mieux communiquer

Le journaliste 'télé' : il visualise votre message
L'agence de presse : découvrir un allié précieux
Le rédacteur du quotidien : tenir compte de sa journée minutée
Les hebdomadaires : les 'news magazines' tiennent une place particulière
La presse spécialisée : à chaque secteur ses médias

Maîtriser les techniques de communication pour s'assurer de la bonne réception de vos messages

Communiquer vos messages : de l'approche globale aux détails pertinents

L'interview : les opportunités à saisir et les pièges à déjouer

Le plateau télévisé : une arène à multiples facettes

Le débat radio : antenne ! Attention vous êtes en direct

Le communiqué de presse et la conférence de presse : quand, comment, quoi et pourquoi ...