

Comment travailler avec les médias

2 j (14 heures)

Ref : COME

Public

Dirigeant de PME, responsable de la communication de l'entreprise, des relations avec les médias, toute personne en situation de travailler avec les médias

Pré-requis

Aucun

Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue
Questionnaire préalable de positionnement
Nombreux exercices pratiques et mises en situation, échanges basés sur la pratique professionnelle des participants et du formateur, formation progressive en mode participatif
Vidéoprojecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

Modalités de suivi et d'évaluation

Feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur
Exercices de mise en pratique ou quiz de connaissances tout au long de la formation permettant de mesurer la progression des stagiaires
Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage
Auto-évaluation des acquis de la formation par les stagiaires
Attestation de fin de formation

Objectifs

- Situer la relation média dans une démarche plus globale de communication externe
- Repérer les différents médias et les journalistes « cœur de cible »
- Identifier les spécificités propres à chaque média

Programme détaillé

CONNAITRE LES MEDIAS

- Historique, évolution
- Place et rôle dans la société contemporaine
- Les journalistes, leur mission
- Presse généraliste et presse spécialisée : les différents supports

LA COMMUNICATION EXTERNE DANS L'ENTREPRISE

Les objectifs de la communication externe
Enjeux d'image
Soutien à l'action commerciale
Les composantes de la communication externe
Le plan d'action et la place des médias

LA PLACE DE LA RELATION AVEC LES MEDIAS

Pourquoi communiquer en direction de la presse et quel message ?
Quand communiquer
Concevoir un plan de communication presse adapté
Veiller à la cohérence des messages internes / externes

IDENTIFIER SES INTERLOCUTEURS

Connaître les supports : parution, positionnement...
Identifier les journalistes et créer un fichier presse
Faire vivre le fichier
La pratique du « off »

LES DIFFERENTS VECTEURS ET LEURS SPECIFICITES

Les rencontres (déjeuner, petit-déjeuner...)
Les conférences de presse
Le dossier de presse
Le communiqué de presse
Site Internet, espace dédié, réseaux sociaux
Visites d'usines, de sites : les voyages de presse

ASSURER LE SUIVI

Relire ou pas les articles : quelques règles
Revue de presse et analyse de presse : suivre les retombées
Mesurer l'impact des retombées pour progresser
Capitaliser sur le long terme dans le domaine
