

COMMUNIQUER AVEC LA PRESSE ET LES MÉDIAS

DURÉE

14 heures

LIEU

IHECS ACADEMY
27 rue des Grands Carmes
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Les relations avec la presse et les médias sont un des éléments-clés de la communication externe pour bien des acteurs. Pour qui les maîtrise, elles peuvent même devenir un outil très puissant. Nous vous invitons, ici, à venir découvrir les grands principes de la communication médiatique.

CONTEXTE

Les relations avec la presse et les médias sont un des éléments-clés de la communication externe pour bien des acteurs. Pour qui les maîtrise, elles peuvent même devenir un outil très puissant. Savoir ce que cherchent les journalistes belges, connaître leurs modes de fonctionnement et leurs contraintes, identifier les particularités des différents supports médiatiques, appréhender correctement les contraintes de la communication numérique, tels sont les éléments de base pour mettre en place une stratégie de communication pertinente et efficace vers les journalistes. Aujourd'hui, communiquer avec les médias n'est plus un choix mais une nécessité. Et si vous n'allez pas vers la presse, les journalistes viendront vers vous. Alors autant s'y préparer correctement.

OBJECTIFS

- Adapter son message et son discours à la spécificité de chaque média (presse écrite, radio, TV ou Internet) ;
- Structurer et hiérarchiser son information ;
- Contacter le bon journaliste en appréhendant correctement ses contraintes et ses limites ;
- Gérer intelligemment l'info sur Twitter et les réseaux sociaux ;
- Rédiger de manière efficace des communiqués de presse ;
- Organiser des conférences de presse ;
- Evaluer les retombées d'une action médiatique ;
- Se préparer pour répondre à une interview ;
- Résister à la pression médiatique.

CONTENU

1, PANORAMA DES MÉDIAS BELGES

- Agence de presse
- La presse écrite
- La presse audio-visuelle
- Presse en ligne et médias numériques

Avec radioscopie pour chacun des médias :

- Spécificités
- Lectorat / audience
- Tirage
- Évolutions
- Tendances récentes et nouvelles contraintes du métier

2, COMMUNIQUER AVEC LES MÉDIAS

Apprendre à identifier rapidement les journalistes et leur champ de compétence

- Portrait-robot du journaliste (profil-type)
- Travailler son message en fonction des enjeux de communication de l'entreprise

COMMUNIQUER AVEC LA PRESSE ET LES MÉDIAS

DURÉE

14 heures

LIEU

IHECS ACADEMY
27 rue des Grands Carmes
1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Les outils de la communication médiatique : comment diffuser ses messages ?

Communication de masse (communiqué de presse, conférence de presse, point-presse, déclaration presse...)

Communication ciblée (contact personnalisé, déjeuner de presse, le off, le voyage de presse, la visite de presse...)

Twitter et la communication en réseau

- Ecrire pour la presse : les règles d'or

Contextualiser

Hiérarchiser

Sensibiliser

Parler juste

Ecrire pour le web

3, ATELIERS

Maîtriser les outils de la communication médiatique : exercices pratiques

- Communiqué de presse ou dossier de presse : comment choisir ?

- La forme et le contenu (exercice d'écriture)

Les types de présentation

Le contenu d'un communiqué ou d'un dossier de presse

Les mentions indispensables

La structuration du message (hiérarchisation de l'information)

Le style d'écriture

Trouver un angle original.

Rédiger un titre informatif

- Le contact et le rapport avec les journalistes

A qui et comment transmettre son information ?

A quelle occasion, dans quel contexte élabore-t-on un dossier de presse et comment le diffuser ?

Utiliser son site Internet de manière performante

Gérer son compte Twitter et les réseaux sociaux

Etre interviewé par un journaliste

Se préparer en cernant la démarche du journaliste

Typologie des questions

Comment gérer les conflits et la crise médiatique

- Quelle déontologie des journalistes ?

- Comment construire un lien de confiance mutuelle ?

- Comment gérer (et prévenir) la crise médiatique pour en faire une opportunité ?

- Le droit de réponse

- Mettre en place un média monitoring pertinent

COMMUNIQUER AVEC LA PRESSE ET LES MÉDIAS

DURÉE

14 heures

LIEU

IHECS ACADEMY

27 rue des Grands Carmes

1000 Brussels

INSCRIPTION

www.ihecs-academy.be

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Mesure d'impact

- Mesurer les retombées
- Mécanismes d'évaluation

PUBLIC CIBLE

Attachés de presse, chargés de relations avec les médias. Directeurs ou employés de services presse ou de départements de communication. Tout responsable ou professionnel de la communication en entreprise ou organisation, mais aussi tout cadre dirigeant appelé à communiquer avec les médias : directeur général, directeur du développement, directeur marketing, directeur financier.

