

2 jours (14h)

Présentiel ou distanciel

1479 €^{HT}

Niveau : Débutant

Objectifs

- Comprendre le rôle des relations médias dans la stratégie de communication d'une organisation
- Apprendre à identifier et à cibler les médias pertinents
- Développer des relations durables et productives
- Rédiger des communiqués et dossiers de presse
- Gérer efficacement la communication de crise

Pour qui ?

Toute personne impliquée dans la gestion des relations clients et des processus de vente.

Prérequis

Aucun Prérequis

Programme

Module 1 : Introduction aux Relations Médias et Cartographie des Médias

- **Comprendre le Rôle des Relations Médias**
 - L'importance des relations médias dans la stratégie globale de communication.
 - Les évolutions des relations médias à l'ère du digital.
- **Identifier et Cibler les Médias Pertinents**
 - Apprendre à sélectionner les médias en fonction des objectifs de communication.
 - Analyse des différents types de médias : presse écrite, radio, télévision, médias en ligne, réseaux sociaux.
- **Cartographie des Médias**
 - Créer et maintenir une base de données de contacts presse.
 - Établir une liste de journalistes et influenceurs clés dans son secteur.

Module 2 : Créer des Contenus Attractifs pour les Médias

- **Rédiger un Communiqué de Presse**
 - Structure et contenu d'un communiqué de presse efficace.
 - Astuces pour capter l'attention des journalistes dès les premières lignes.
- **Rédiger un Dossier de Presse**
 - Différence entre communiqué de presse et dossier de presse.
 - Élaborer un dossier de presse qui présente l'organisation de manière exhaustive.

• Rédiger pour les Médias Digitaux

- Adapter son discours et ses formats aux attentes des médias en ligne.
- Utilisation de mots-clés et optimisation pour le référencement (SEO).

Module 3 : Construire et Entretenir des Relations avec les Journalistes

- **Approcher et Contacter les Journalistes**
 - Techniques pour entrer en contact avec les journalistes.
 - Rédiger des emails de pitch efficaces et percutants.
- **Gérer les Relances Presse**
 - Techniques de suivi et de relance pour maximiser ses chances de couverture médiatique..
 - Éviter les erreurs fréquentes dans les relations avec la presse.
- **Entretenir des Relations Durables**
 - Créer une relation de confiance avec les journalistes et influenceurs.
 - L'importance de l'écoute et de la réactivité.

Module 4 : Gestion de Crise et Communication Sensible

- **Anticiper et Gérer les Situations de Crise**
 - Les principes fondamentaux de la gestion de crise.
 - Identifier les risques et anticiper les scénarios de crise.

2 jours (14h)

Présentiel ou distanciel

1479 €^{HT}

Niveau : Débutant

Objectifs

- Comprendre le rôle des relations médias dans la stratégie de communication d'une organisation
- Apprendre à identifier et à cibler les médias pertinents
- Développer des relations durables et productives
- Rédiger des communiqués et dossiers de presse
- Gérer efficacement la communication de crise

Pour qui ?

Toute personne impliquée dans la gestion des relations clients et des processus de vente.

Prérequis

Aucun Prérequis

Programme

• Elaborer un Plan de Communication de Crise

- Les étapes clés pour élaborer et mettre en œuvre un plan de communication de crise.
- Exemples de stratégies de gestion de crise réussies et leçons tirées d'erreurs passées.

• Communiquer avec les Médias en Période de Crise

- Techniques pour communiquer de manière claire et efficace en situation de crise.
- Gérer les questions difficiles et les situations sensibles.

Module 5 : Analyse et Mesure des Résultats des Relations Médias

• Évaluer l'Impact de ses Relations Médias

- Méthodes pour mesurer les retombées presse et l'impact des actions de relations médias.
- Utiliser des outils de veille média et d'analyse pour mesurer la portée et l'efficacité.

• Reporting et Analyse des Résultats

- Créer un rapport de presse et mesurer le retour sur investissement (ROI) des campagnes médias.
- Présenter les résultats aux équipes internes et ajuster la stratégie selon les retours.