

COMMUNICATION

Communiquer avec la presse, du donnant-donnant



Qu'elle soit publique ou politique, tout est communication : ce que l'on dit et ce que l'on ne dit pas ; ce que l'on fait et ce que l'on ne fait pas. Partant de ce postulat, il est capital pour un élu de connaître les codes de la communication lorsqu'il se trouve face à la presse.



DURÉE : 1 jour
Ou sur mesure



PROFIL DES INSCRITS :
Élu local



PRÉREQUIS : Aucun



MODALITÉS : Présentielle



LIMITES D'EFFECTIFS : 15
ou individuel



ORGANISATION
- XYLAN FORMATIONS -

Équipe pédagogique

Nos formateurs sont, ou ont été, préfets, conseillers départementaux, DGS, secrétaires de mairie, directeurs de service, députés, avocats en droit public, journalistes locaux, élus communautaires, conseillers...

Ils dispensent des formations de qualité sans aucune pression idéologique ou politique.

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation et tour de table
- Rappel des objectifs
- Supports projetés
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets
- Quiz en salle

Suivi et évaluation

- Feuille de présence
- Mises en situation
- Questions / réponses
- Formulaires d'évaluation à chaud et à froid
- Attestation individuelle de formation

PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Cette formation vous éclaire sur le monde des médias, les outils pour vous permettre d'entretenir des relations privilégiées avec les journalistes et les blogueurs, en favorisant le développement d'un travail collaboratif. Vous découvrirez les différents outils des relations presse et leurs techniques, mais aussi comment optimiser vos relations d'élu avec les journalistes.

CONTENU PEDAGOGIQUE

Aborder le paysage médiatique français :

- Le rôle des agences de presse
- Les médias : TV, radio, presse écrite, internet, comment fonctionnent-ils ?
- Focus sur la presse quotidienne régionale
- Les nouveaux médias devenus incontournables : blogs et médias sociaux

Mieux connaître les médias pour mieux les utiliser

- Les journalistes : leurs profils, leurs missions, leurs obligations...
- Comment fonctionne une rédaction ?
- La nécessité d'intégrer les nouveaux modes de consommation de l'information
- Comment retenir l'attention des journalistes ?
- A quelles occasions communiquer avec les journalistes ?
- Déterminer les médias et journalistes cibles en fonction d'objectifs proposés
- Mettre en œuvre une stratégie de relations presse

Les relations presse en pratique

- Les grandes étapes de la stratégie de relations presse
- Le fichier presse : le nerf de la guerre
- Le communiqué de presse : le plus efficace
- Le dossier de presse dans tous ses états
- Mesurer ses retombées presse

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Comprendre la narration journalistique d'un sujet et vous préparer aux questions pièges

Réaliser de bons communiqués de presse en anticipant les besoins des journalistes

Développer une démarche systémique des relations presse en fonction de vos objectifs politiques et des enjeux locaux

Faire le point sur sa communication avec la presse

Savoir organiser vos relations avec les médias, plus communément intitulées « relations presse »

MODALITES D'ACCUEIL DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP



Nous prenons en compte les besoins spécifiques des stagiaires en situation de handicap pour envisager d'adapter la pédagogie, le matériel, les moyens techniques et humains de la formation. Si vous êtes en situation de handicap, merci de prendre contact avec notre correspondante handicap (psh@xylan.fr)