


LE CONTEXTE ET LES ACTEURS DES RELATIONS MEDIAS

Public	service de communication, de l'Apprenti au Responsable - le dirigeant
Prérequis	Gérer sa communication médias / presse en interne
DISPOSITIONS PRATIQUES	Effectif maximum : 10 participants
Modalités et délai d'accès	<p>Inscription via notre bulletin d'inscription : au minimum 15 jours avant le démarrage de la session</p> <p>Si prise en charge par un OPCO : vous devez en faire la demande à votre OPCO un mois avant le démarrage de la session.</p> <p>Si vous êtes demandeurs d'emploi, vous pouvez demander un financement auprès de votre conseiller.</p>
Présentation générale (problématique, intérêt)	<p>A qui s'adresser ? Faut-il préférer les relations presse ? Les influenceurs 2.0 ? Qu'attendent-ils de vous qui allez leur donner du contenu pour promouvoir votre marque/activité ? Avant de savoir répondre à ces questions, vous devez savoir vous positionner, vous, puisque vous allez représenter votre marque en communiquant sur elle. Avec notre formation, vous aurez les clés pour atteindre votre cible, vos clients par les intermédiaires les plus importants : les journalistes et ou les influenceurs 2.0..</p>
Objectifs	<p>Situer le champ des RP et des relations média Choisir le bon média pour la bonne cible Comprendre les besoins des journalistes à l'égard des annonceurs : votre marque Comprendre les besoins des influenceurs à l'égard des annonceurs : votre marque</p> <p>Délivrer les méthodes et les conseils dans le cadre des relations presse/médias afin de permettre au personnel de communiquer directement auprès des bons interlocuteurs et de la bonne manière .</p>
Contenu de la formation	<p>Programme détaillé :</p> <p>Section 1 – DEFINITION ET CARACTERISTIQUES</p>

	<p>Section 2 – PANORAMA DES MEDIA : QUELLES CIBLES POUR QUEL MEDIA ?</p> <p>Section 3 – LE JOURNALISTE : UNE BETE CURIEUSE ?</p> <p>Section 4 – L’INFLUENCEUR 2.0</p>
Modalités pédagogiques	<p>Moyens pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • théories et démonstration de documents professionnels <p>Méthodes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Active, • Interrogative • Participative <p>Modalités : Présentiel ou à distance</p> <p>Point en fin de journée de formation, recueil des impressions, régulation sur les autres journées éventuelles en fonction de l’évolution pédagogique.</p> <p>Évaluation à chaud en fin de formation, débriefing sur l’écart éventuel, formalisation d’une régulation sur les points soulevés.</p>
Moyens d’encadrement de la formation	<p>C2LAURE s’engage à adapter chaque formation aux besoins réels du stagiaire. L’animation est basée sur une pédagogie active, avec des exercices pratiques et personnalisés qui permettent l’ancrage en temps réel.</p> <p>Cette animation s’appuie sur une alternance d’exposés théoriques et pratiques. Visualisation de documents. Travaux pratiques.</p>
Compétences / Capacités professionnelles visées	<p>Connaître les acteurs des relations presse et médias (journalistes, influenceurs)</p> <p>connaître les métiers des relations des relations publiques et médias (consultant média, attachée de presse...)</p> <p>Cibler les besoins de vos interlocuteurs (journalistes, influenceurs) afin de cibler les bons médias</p> <p>Délivrer les méthodes et les conseils dans le cadre des relations presse/médias pour vous permettre de communiquer directement auprès des bons interlocuteurs.</p>
Durée	Durée totale : 1 jour soit 7 heures
Dates	Nous consulter

Lieu(x)	Nous consulter
Coût par participant	Nous consulter
Accessibilité	 <p>Un entretien préalable sera mis en place pour aménager au mieux la formation avec votre handicap. Nos intervenants savent adapter leurs méthodologies pédagogiques en fonction des différentes situations d'handicap.</p>
Restauration	/
Hébergement	/
Responsable de l'action, Contact	REBOIS Laure Présidente / direction@c2laure.com / 06 68 00 98 07
Formatrice	REBOIS Laure Présidente / direction@c2laure.com / 06 68 00 98 07
Suivi de l'action	Une attestation de compétences sera remise à chaque stagiaire
Evaluation de l'action	<p>Une évaluation de l'action (<i>satisfaction des participants</i>) et une autre sur le degré d'acquisition des compétences (<i>mise en situation et entretien</i>).</p> <p>Evaluation de la prestation de formation « à chaud » (<i>tour de table, cible, bilan écrit...</i>). Evaluation des acquis au regard des objectifs attendus « à froid » . Après 3 mois ou 6 mois.</p>
Pour aller plus loin	Après cette formation, nous conseillons la formation “ INTRODUCTION AUX RELATIONS PUBLIQUES ET RELATIONS PRESSE”