

## METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE DE RP

<b>Public</b>	service de communication, de l'Apprenti au Responsable - le dirigeant
<b>Prérequis</b>	Gérer sa communication médias / presse en interne
<b>DISPOSITIONS PRATIQUES</b>	Effectif maximum : 10 participants
<b>Modalités et délai d'accès</b>	<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>
<b>Présentation générale</b> (problématique, intérêt)	Communiquer c'est bien, mais pour que cela soit efficace et remplisse vos objectifs, il faut une stratégie. Donc savoir analyser votre marque, la concurrence, les besoins et attentes du moment des journalistes, ... en somme : anticiper.
<b>Objectifs</b>	<p>Elaborer une stratégie de relations publiques et relations presse</p> <p>Connaître les spécificités des différents outils de relations publiques</p> <p>Connaître les spécificités des différents media et leurs intérêts en RP</p> <p>Choisir le bon média pour la bonne cible</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 en comprenant leur milieu.</p>
<b>Contenu de la formation</b>	<p><b>Programme détaillé :</b></p> <p>Section 1 – La stratégie de communication, un préalable aux relations publiques et relations presse</p>

	<p>Section 2 – Mettre en place une stratégie de relations publiques</p> <p>Section 3 – Mettre en place une stratégie de relations presse</p>
<p><b>Modalités pédagogiques</b></p>	<p><b>Moyens pédagogiques :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• théories et démonstration de documents professionnels</li> </ul> <p><b>Méthodes :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Active,</li> <li>• Interrogative</li> <li>• Participative</li> </ul> <p><b>Modalités :</b></p> <p>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>
<p><b>Moyens d'encadrement de la formation</b></p>	<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>
<p><b>Compétences / Capacités professionnelles visées</b></p>	<p>Elaborer une stratégie de relations publiques et relations presse</p> <p>Identifier les enjeux des relations publiques et des relations presse (gestion de crise, de la réputation, de l'information) dans la communication d'une marque, d'un produit, d'une entreprise ou d'une institution</p> <p>Mettre en évidence des nouveaux médias, supports, techniques pour cibler les médias et les influenceurs (place des médias sociaux dans la stratégie)</p>
<p><b>Durée</b></p>	<p>Durée totale : 1 jour soit 7 heures</p>
<p><b>Dates</b></p>	<p>Nous consulter</p>

<b>Lieu(x)</b>	Nous consulter
<b>Coût par participant</b>	Nous consulter
<b>Accessibilité</b>	 <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>
<b>Restauration</b>	/
<b>Hébergement</b>	/
<b>Responsable de l'action, Contact</b>	REBOIS Laure Présidente / <a href="mailto:direction@c2laure.com">direction@c2laure.com</a> / 06 68 00 98 07
<b>Formatrice</b>	REBOIS Laure Présidente / <a href="mailto:direction@c2laure.com">direction@c2laure.com</a> / 06 68 00 98 07
<b>Suivi de l'action</b>	Une attestation de compétences sera remise à chaque stagiaire
<b>Evaluation de l'action</b>	<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 « <b>à chaud</b> » (<i>tour de table, cible, bilan écrit...</i>). Evaluation des acquis au regard des objectifs attendus « <b>à froid</b> ». Après 3 mois ou 6 mois.</p>
<b>Pour aller plus loin</b>	Après cette formation, nous conseillons la formation “ PRATIQUE DES TECHNIQUES DES RELATIONS MEDIAS (RELATIONS PRESSE ET RELATIONS INFLUENCEURS)”