

## LES MÉDIAS SONT INCONTOURNABLES DANS TOUTE STRATÉGIE DE COMMUNICATION.

- ▶ ÉTES-VOUS PRÊT À COMMUNIQUER EN PÉRIODE DE CRISE ?
- ▶ SAUREZ-VOUS RÉPONDRE AUX JOURNALISTES ?
- ▶ SAUREZ-VOUS ADOPTER LE BON COMPORTEMENT ET DÉLIVRER LES BONS MESSAGES ?

Il n'est pas toujours naturel de s'exprimer avec aisance devant un micro, une caméra ou l'auditoire d'une conférence de presse.

Le média training enseigne les techniques utilisées par les professionnels. Il permet de jouer à armes égales avec eux, en évitant leurs pièges ainsi que les erreurs commises par manque de pratique. Acquérir ce savoir-faire et assimiler les contraintes journalistiques permet de faire toute la différence entre un bon et un mauvais "papier", une bonne et une mauvaise interview.



## «COMPRÉHENSION - PRÉPARATION - MAITRISE - RESTITUTION»

### OBJECTIFS

Maîtriser les techniques d'expression audiovisuelles. Appréhender les contraintes journalistiques pour mieux faire passer ses messages auprès des médias. Déjouer les pièges de l'interview.

### METHODES PEDAGOGIQUES

Durant la formation, les participants travaillent à partir de cas réels traitant de leurs domaines de compétence. La richesse des échanges permet à chaque participant de confronter son expérience, ses pratiques et d'optimiser ainsi la formation.

### CONTENU

#### Comprendre les journalistes & les médias

- ▶ Leurs motivations
- ▶ Leurs contraintes
- ▶ Leurs attentes
- ▶ Comprendre l'information
- ▶ Le degré d'urgence de l'information
- ▶ Son intérêt, son coût...
- ▶ Presse spécialisée ou grand public
- ▶ Presse écrite, radio ou télévisée
- ▶ Presse nationale ou régionale

#### Préparer l'interview

- ▶ Préparer interventions & interviews
- ▶ Discerner "l'angle" du journalisme
- ▶ Définir son "angle" et le décliner
- ▶ Adopter la bonne posture

#### Maîtriser l'interview

- ▶ L'attitude durant l'interview: (la voix, le ton, les gestes...)
- ▶ Les erreurs à éviter
- ▶ Gérer le stress, le trac, l'imprévu...
- ▶ Les spécificités des interviews : direct et différé
- ▶ Les pièges lors de l'interview

#### Les règles

- ▶ La déontologie
- ▶ Le "off"
- ▶ Le droit de réponse
- ▶ Le "protocole" (go no go)

**PUBLIC :** Chefs d'entreprises, dirigeants et cadres supérieurs, décideurs, élus, directeurs et chefs de cabinet...

Directeurs de la communication, porte-parole, experts.

Toute personne amenée à prendre la parole devant les médias.

#### LE FORMATEUR

Le consultant-formateur est un véritable expert de la communication de crise, il illustre chaque séquence d'exemples concrets, récents, pour lesquels il est intervenu en qualité de porte-parole ou de conseiller en communication de crise. Il a été formé au Centre de formation du journaliste à Paris.

**DUREE :** 1/2 ou 1 journée en intra

**TARIF :** nous consulter

N'hésitez pas à nous consulter quelques soient votre problématique et vos attentes. Nous pouvons décliner des formations à la carte (format, angle, tarif...)

contact@nitidis.com

[www.nitidis.com](http://www.nitidis.com)