

RÉUSSIR SES RELATIONS PRESSE

NIVEAU : TOUS

DURÉE : 2 jours - 14 H

Toutes les bases méthodologiques et techniques pour se faire connaître auprès des journalistes, et développer son image à l'heure des réseaux sociaux.

SESSIONS : Session à la demande

TARIF ENTREPRISE : 1000 € HT — TARIF PARTICULIER : 720 € TTC — TARIF INTRA : Nous consulter

OBJECTIFS

- Définir son potentiel media et identifier sa cible presse
- Rédiger un communiqué de presse et un dossier de presse efficace
- Choisir les outils presse les plus adaptés : mailing, téléphone, rencontres, outils digitaux...
- Organiser son planning presse : faire les bonnes actions au bon moment
- Mettre en valeur ses retombées presse
- Développer son réseau de journalistes et d'influenceur-euses

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et pratiques
- Études de cas à partir des expériences des participant·es
- Travail individuel et travail de groupe
- Mises en situation
- Echanges personnalisés avec le formateur ou la formatrice

FORMATEUR

Attaché·e de presse et responsable de la communication en maison d'édition, le·a formateur·rice a une solide formation universitaire associée à une excellente connaissance de la chaîne du livre

PUBLICS

- Éditeur·rice et salarié·e dans le domaine de l'édition et de la culture
- Chargé·e d'organisation d'événements culturels
- Attaché·e de presse, chargé·e de communication
- Toute personne souhaitant s'initier ou progresser

dans la communication avec les médias

Si vous vous identifiez comme une Personne en Situation de Handicap : afin de bien vous recevoir, contactez notre équipe à l'adresse formations@fontaineolivres.com pour évaluer ensemble les adaptations et accessibilités nécessaires pour participer à notre formation.

PRE-REQUIS

- Il n'y a pas de prérequis particulier pour cette formation.

PROGRAMME

Jour 1

I. Les relations presse : pour qui ? pourquoi ?

- Pourquoi communiquer ?
- Sur quoi communiquer ?
- Vers qui communiquer ?
 - Identifier sa cible presse
- Qu'est-ce qu'un·e journaliste ?
 - Les 5 W

- Les différences entre les journalistes et les influenceurs : comment s'adresser à chacun-e
- Réaliser un document de communication qui réponde au mieux aux besoins des journalistes
- > Atelier : Rédiger un « save the date » efficace
- > Atelier : Rédiger un communiqué de presse efficace
- > Atelier : Rédiger un dossier de presse efficace

II. Les relations presse à l'heure des réseaux sociaux

- Définition des réseaux sociaux et typologie de chaque canal de communication
- Portrait type des influenceur-euses exerçant dans l'édition
- Identifier les prescripteurs de tendances dans son secteur
- Adapter sa communication sur les réseaux sociaux
- Établir des relations professionnelles de confiance
- > Cas pratique : éditorialisation sur Instagram travail en petit groupe
- > Cas pratique : et si on réalisait une vidéo Tiktok

Jour 2

III. Les étapes d'une relation presse réussie

- Choisir les outils presse les plus adaptés
- Quel medium utiliser pour atteindre les blogueurs et journalistes ?
- Que penser du fameux mailing ?
- Est-il nécessaire d'appeler, de rencontrer les

journalistes ?

> Cas pratique : Pitcher un livre à un journaliste

VI. Bien gérer son planning

- Quand contacter les magazines « long délai », les hebdos, les quotidiens, les programmeur-rices radio ou télé, les blogueur-euses ?
- Est-il nécessaire de relancer et à quelle fréquence ?

V. Mettre en valeur ses retombées presse

- Comment mettre en valeur une coupure de presse afin d'en obtenir d'autres ?
- Créer un cycle de communication vertueux
- Améliorer et développer son image

MODALITES PÉDAGOGIQUES

- En présentiel

SUPPORTS / DOCUMENTATIONS

- Supports théoriques
- Documents de travail issus d'exemples concrets
- Bibliographie, sitographie, institutions utiles

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Quizz, études de cas, travaux pratiques, mises en situation
- Autoévaluation des compétences