

PROGRAMME DE FORMATION

Optimiser ses relations presse

Objectifs de la formation

- Comprendre le fonctionnement et les pratiques des journalistes
- Concevoir une stratégie d'influence (relations presse / influenceurs)
- Maîtriser les outils RP (offline et online) pour toucher de façon efficace les journalistes
- Evaluer l'impact de ses actions RP

Programme

Comment travailler avec la presse aujourd'hui, savoir adapter sa stratégie de communication offline et online en utilisant les outils appropriés ? Du communiqué de presse à l'approche par les réseaux sociaux, comment identifier, capter ces journalistes de la nouvelle génération ? Quelle place pour les blogueurs et influenceurs dans sa stratégie ? **A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure d'identifier les acteurs de la presse on & offline, et de mettre en place la stratégie de communication efficace à leur encontre avec des outils et méthodes éprouvés.**

Module 1 : Relations presse et Tourisme – quelles évolutions, quelles tendances ? Comprendre comment travaillent les journalistes en 2023 ?

- L'impact de la crise sanitaire
- Les attentes des journalistes en matière de relations presse Tourisme
- Les pratiques journalistiques actuelles : distanciel, réseaux sociaux, accueil presse, angles, publiédactionnel...
- Journalistes / Influenceurs : quelles relations ? quel combat ? quelle différenciation ?

Module 2 : Définir une stratégie de relations presse : savoir penser ses relations presse de façon stratégique et sur la durée

- Les phases d'élaboration
- Une stratégie à anticiper
- Une stratégie sur la durée
- Stratégie de lancement, stratégie d'image, stratégie événementielle

Module 3 : Savoir nouer et entretenir en présentiel ou à distance des relations avec les médias régionaux, nationaux ou internationaux

- Connaître les médias et les journalistes : les spécificités des médias régionaux, le travail ciblé à destination des médias nationaux, la possibilité de toucher les médias internationaux
- Développer des relations de confiance dans la durée
- Savoir répondre de façon structurée et réactive aux demandes des médias

Module 4 : Savoir mettre en œuvre les principaux outils / actions de relations presse et les faire évoluer en fonction des nouvelles attentes des journalistes

- Le fichier presse
- Les supports rédactionnels : communiqué de presse, dossier de presse, flash presse, newsletter presse...
- Les outils relationnels en présentiel ou en distanciel : tournée des rédactions, conférence de presse, événementiel presse, accueil de presse individuel ou groupe

- Le démarchage personnalisé de journalistes cœur de cible pour proposer des angles différents adaptés à la ligne éditoriale de chaque média
- Communiquer avec les journalistes grâce aux réseaux sociaux

Module 5 : Travailler avec les influenceurs : Avoir des notions de base sur l'influence et la façon spécifique de travailler avec les influenceurs

- Qui sont les influenceurs et quelles sont leurs attentes ?
- Quelle typologie d'influenceur cibler en fonction de ses objectifs et de ses moyens
- Comment travailler avec eux ?
- Zoom sur des blogs Tourisme / Voyage régionaux et nationaux intéressants

Module 6 : Réaliser une veille sur ses retombées médiatiques et évaluer l'impact des actions mises en œuvre

- Les outils de veille
- Définir des indicateurs d'évaluation de son action (KPI)
- Mesurer et analyser ses indicateurs

Méthodes et supports

- Etudes de cas dans le tourisme
- Exercices individuels et collectifs
- Vidéos
- Supports ou ressources pédagogiques transmis aux stagiaires
- Les méthodes pédagogiques sont adaptées au format distanciel. La formation est séquencée en demi-journée

Public

Chargé.e de communication, personne ayant une mission de relations presse dans son poste (au moins 25%)

Prérequis

Pas de prérequis

Matériel nécessaire

Disposer d'un ordinateur muni d'une caméra et d'une bonne connexion internet pour les classes virtuelles. L'usage d'un casque ou d'écouteurs est conseillé pour suivre la formation dans de bonnes conditions d'écoute et de concentration.

Informations complémentaires

Cette formation est animée par Marie TISSIER, formatrice et conseil en communication spécialisée dans le tourisme.

Modalités d'évaluation (Pré-Formation)

- Questionnaire de pré-formation en ligne

Modalités d'évaluation (Post-Formation)

- Evaluation des acquis par l'intervenant.e en fonction des objectifs visés : tests, quizz et mises en situation
- Questionnaire de satisfaction en ligne envoyé 2 jours après la fin de la formation

Durée

2,00 jour(s)

14:00 heures