

COMMUNICATION DE CRISE

MEDIA TRAINING "STANDARD"

Pour l'accueil des personnes en situation de handicap, [consulter les CGV](#)

Pour qui ?

- Dirigeants
- Managers/Cadres
- Collaborateurs
- Équipes
- Particuliers

Menace ou opportunité ? Un journaliste sollicite une interview. Comment gérer la demande ? Que dire ? Comment le dire ?
 Cette formation vous permettra de comprendre les règles de l'interview et vous donnera les outils pour faire jeu égal avec la presse.



BIENVENUE

Pré-requis

- Non Oui

Pour les délais de réalisation de la formation, [consulter les CGV](#)

En amont de
la formation

Quiz de connaissance du dispositif interne
Questionnaire d'auto-positionnement relatif au programme de la formation

OBJECTIFS
PÉDAGOGIQUES

- Comprendre et répondre aux attentes spécifiques des journalistes : radio, TV, presse écrite, blogueurs.
- Repérer les catalyseurs d'intérêt : pour chaque sujet, savoir identifier les aspects qui vont cristalliser l'attention des journalistes.
- Ajuster : calibrer les messages et les interventions aux formats particuliers des différents supports
- Préparer un champ lexical approprié : construire des messages valorisants

À L'ISSUE DE
LA FORMATION

Les participants

- Connaissent les bonnes pratiques d'une prise de parole devant les journalistes
- Ont identifié leurs principaux talents

2 questionnaires en ligne

- Test de validation et ancrage des acquis
- Questionnaire d'évaluation qualité

MÉTHODES
PÉDAGOGIQUES

- | | | |
|--|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Vidéos pédagogiques | <input type="checkbox"/> Jeux pédagogiques | <input type="checkbox"/> Imagerie |
| <input checked="" type="checkbox"/> Travail filmé et analysé avec les participants | <input checked="" type="checkbox"/> Analyse des situations des participants | <input type="checkbox"/> Exercices corporels |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jeux de rôles | <input type="checkbox"/> Ateliers projectifs | <input checked="" type="checkbox"/> Questionnaires - quizz |

Modalité
d'animation

PRÉSENTIEL

DISTANCIEL

Durée 2 jours

Organisation

Sur site client ou dans un espace réservé par ses soins.

Prix

Prix total HT* **4 100.00 €**

Pour **8** participant(s)

Tarifs indiqués hors frais de logistique, et pour une intervention en région parisienne. [Consulter les CGV](#)



MODALITÉS

Journalistes : qui sont-ils ?

SÉQUENCE 01

Comment ils fonctionnent, ce qui les motive, ce qu'ils recherchent...
Comment ils traitent l'information : sélection, hiérarchisation
Le contexte médiatique et son impact sur le traitement d'un sujet
La place des réseaux sociaux dans le contexte

Comprendre la fonction de l'interview

SÉQUENCE 02

Collecter la matière brute, crédibiliser, confirmer, infirmer, une thèse
Développer un angle, utilisation en extraits, dans la longueur
Les différentes modalités d'interview

Préparer l'entretien

SÉQUENCE 03

Cerner le message : définir ou faire préciser un angle
Concilier l'intérêt de l'organisation et les attentes des journalistes
Identifier les catalyseurs d'intérêts pour le public, pour les journalistes
Savoir refuser une interview

Construire les messages

SÉQUENCE 04

Cadrer le CQJVD : Ce Que Je Veux Dire
Sélectionner les exemples : illustratifs et signifiants
Passer du général au particulier, de l'abstrait au concret
Peser les mots : choisir un champ sémantique approprié

Accrocher et maintenir l'attention

SÉQUENCE 05

Préparer les 10 premiers mots
Définir un rythme, un style
Maîtriser les fondamentaux de la parole publique

Délivrer le message

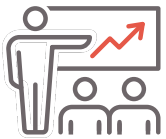
SÉQUENCE 06

Savoir répondre ou ne pas répondre aux questions
Centrer le discours sur le message principal : recadrer l'échange
S'appuyer sur les exemples choisis
Ne pas se laisser interrompre
Conclure en synthétisant le message central

Intégrer les particularités, les contraintes techniques

SÉQUENCE 07

Les contraintes temps des médias audiovisuels, les impératifs techniques
La radio, la télé : faire court,
La presse écrite : interviews courtes, interviews longues, Le plateau, le direct



PROGRAMME