



FORMATIONS ET SERVICES AUX ENTREPRISES

FORMATIONS ET SERVICES AUX ENTREPRISES

- Formations INTRA ou INTER
- Événementiel : séminaires, échanges entre CE, journées à thème
- Autres prestations



FORMATION

REDIGER UN COMMUNIQUE DE PRESSE

Référence :

156-321-14

Durée :

2 jours

Bien utilisé le communiqué de presse est un outil puissant de crédibilisation d'une organisation professionnelle. Il permet en outre de construire une communication sur le long terme, de renforcer une image et d'asseoir une légitimité.

Mais comment accéder à cette visibilité ? Par quel biais rentrer en contact avec les journalistes ? Comment retenir leur attention voire « piquer » leur curiosité ?

Cette formation de deux jours propose d'acquérir une méthodologie pour formaliser des communiqués de presse efficaces en s'appuyant sur les principes rédactionnels les plus éprouvés et les plus optimisés en matière de relation médias.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

À L'ISSUE DE LA FORMATION, LE STAGIAIRE SERA CAPABLE DE :

- Rédiger un communiqué de presse percutant
- Cibler les médias privilégiés de réception du communiqué
- Entretenir une communication professionnelle et productive avec les médias

LA MÉTHODE

La méthode, participative et ludique, permet de comprendre les enjeux essentiels d'un communiqué de presse et les fondamentaux de sa rédaction.

Les apports théoriques - à minima - sont suivis de nombreux exercices d'applications et d'études de cas. Tout au long de la formation l'apprenant réalise des exercices d'écritures formalisées qui suivent les étapes progressives d'un communiqué de presse. Il s'agira pour le formateur de rendre « réflexe » chez les participants l'utilisation d'outils de rédaction percutants et ciblés en lien avec l'objectif du CdP.



FORMATIONS ET SERVICES AUX ENTREPRISES

PROGRAMME

I. Présentation générique du communiqué de presse

- Quand l'utiliser ?
- Vers qui l'adresser ?
- Comment le présenter ?

II. La rédaction d'un communiqué de presse

- Les règles de bases
- Les informations essentielles
- Les cinq parties d'un CdP

III. Comment l'écrire en stratégie ?

- Une nécessité : l'adoption d'un style incisif
- La titraille et le circuit de lecture
- Les accroches rédigées

IV. La publication

- Choisir le canal médiatique
- Cibler les récepteurs
- Entretenir le réseau

CETTE FORMATION S'ADRESSE

Relation presse, chargé(e) de communication, responsable marketing et à tous ceux qui sont amenés à rédiger des communiqués de presse et/ou des écrits destinés à faire connaître une structure professionnelle.

PRÉ-REQUIS :

Bonne capacité initiale rédactionnelle et maîtrise de l'orthographe

VOLUME

Idéalement 8 participants maximum