

Mieux communiquer avec la presse

Objectif:

Comprendre les contraintes et les attentes des journalistes afin de mieux s'y préparer et y répondre avec succès en faisant passer son message à la presse. S'exprimer avec aisance face à la presse. Faire du journaliste un partenaire.

Niveau requis:

Aucun

Public concerné:

Managers, cadres, hauts-fonctionnaires.

Moyens pédagogiques:

Un ordinateur par personne - Vidéo projecteur - Connexion Internet.

► Introduction

Présentation croisée des participants (afin d'évaluer la communication de chacun et d'impulser une dynamique positive au groupe)
Objectifs personnels des stagiaires concernant la formation afin d'ajuster la formation aux attentes.

► Contexte

Faire du journaliste un partenaire, objectif gagnant-gagnant!
Quelles sont les attentes d'un journaliste?
Comment fonctionnent un journaliste et la presse?
Comment gérer les réseaux sociaux?

► Techniques

Les techniques d'interview
La préparation à l'interview
L'image vidéo, sa propre image, se confronter à son image vidéo, donner une bonne image.
Quel message? Pour quelle efficacité?
Le périmètre de communication pour contenir les risques
Outil synthétique: la fiche «mémo»
La question gênante et le joker
Quand je prends la parole, je deviens l'ambassadeur du Ministère.

► A partir de situations vécues ou de scénarios probables pour une meilleure implication et une plus grande efficacité des stagiaires. Tous les exercices sont filmés, visionnés, débriefés.

► Communication unilatérale face à la presse (déclaration).

Chaque participant fait une déclaration face caméra, type point presse sans questions.
Retour sur les points forts et les points à améliorer.
Travail sur la posture, le non verbal et le message.
Interview filmée sur un thème précis (à déterminer avec les participants) avec un angle.
Retour sur que le journaliste peut retenir de l'interview.
Les pièges à éviter.

► Jeu de rôles: un communicant face à la presse

(Les participants jouent le rôle des journalistes) sur le modèle de la conférence de presse.
Chacun des participants est tour à tour communicant ou journaliste.

► L'interview téléphonique ou la prise de contact du journaliste pour une interview filmée.

► Le point presse à chaud (sur site).

Le participant est face à la presse locale, voire nationale.
Déclaration + questions des journalistes.
Retour sur images.

► Les principes de la communication efficace avec la presse distillés au fil des exercices et des retours.

► Boîte à outils:

État des lieux de la presse.
Les techniques d'interview des journalistes
La figure du journaliste «chercheur d'or» qui creuse jusqu'au moment où il trouve sa pépite (l'information)
Cadrer le journaliste
Un outil synthétique pour se préparer au contact avec la presse: le fiche «mémo»
Les règles du bon message
Les mots clés, vos meilleurs alliés
Le périmètre de communication pour éviter les dérapages
La parade pour répondre à une question gênante, à la question déstabilisante
Les forces centrifuges et les forces centripètes de la communication
Utilisation intensive de la vidéo afin de se voir en situation, apprentissage par la pratique, l'expérience.
Le non verbal: gestuelle, voix, regard
Communication en deux temps:
1 L'affirmation,
2 La preuve
La communication: ce que je dis et ce que je ne dis pas (mais que le public comprend)