

**2 JOURS**

Présentiel 14h



Ou Distanciel 14h

MEDIA-TRAINING :

BIEN CONNAITRE LE FONCTIONNEMENT DES MEDIAS



PUBLICS CONCERNÉS

- Cadres dirigeants et opérationnels



PRÉ-REQUIS

- Aucun



OBJECTIFS

- Démystifier le journaliste, tordre le cou aux clichés, se familiariser avec le public de la presse, appréhender son mode de fonctionnement, ses contraintes, ses attentes
- Préparer et construire ses interventions face à des journalistes
- Déjouer les pièges de l'interview, répondre aux objections et aux critiques, maîtriser la rhétorique spécifique aux interviews presse
- Renforcer ou améliorer sa capacité à délivrer un message clair et percutant,
- Gérer son discours et son image en situation de crise

Répondre à un journaliste en situation préparée ou imprévue peut déstabiliser. L'aisance orale face aux médias ne s'improvise pas, l'attention à tous les signaux non verbaux (posture, geste, ton de voix et regard) non plus. Pour délivrer un message efficace, mieux vaut connaître les règles du jeu, clarifier sa logique d'argumentation et maîtriser la dimension relationnelle de ses interventions. Pendant ces 2 jours, vous découvrirez les méthodes et techniques de la prise de parole qui permettent de dépasser son émotivité, de mieux structurer ses messages, d'améliorer son expressivité.

Grâce à cette formation, vous allez :

- **Comprendre le fonctionnement des médias**, les contraintes et les exigences des journalistes pour assurer un échange avec la presse en toute confiance et en toutes circonstances.
- **Appréhender la mécanique de construction des messages** et de maîtriser la rhétorique propre aux interviews presse.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

1. IDENTIFIER LES ATTENTES ET LES METHODES DE TRAVAIL DES JOURNALISTES

- Tour d'horizon des médias (TV, radio, presse écrite nationale et régionale) : caractéristiques, lignes éditoriales. L'impact des réseaux sociaux.
- Le fonctionnement des médias, les attentes et contraintes des journalistes (national et régional).
- Ce que recherchent les journalistes : les faits, les angles.
- Mesurer l'importance des lois de proximité et de la ligne éditoriale.
- La multiplication des sources d'information. Les critères de choix.
- La place du journaliste dans l'organisation d'une rédaction.
- Comment capter leur attention et maintenir leur intérêt.

MODALITÉS PEDAGOGIQUES

Alternance d'approches méthodologiques et de mises en situation

Les exercices pratiques et mises en situation face caméra sont réalisés à partir de scénarii prédéfinis.

Pour la formation pratique

Notre méthode pédagogique repose sur l'utilisation de mises en situation individuelles :

- Entraînements sous forme d'interviews, filmées et analysées.
- Débriefe systématique de chacune des prestations.
- Recherche des arguments les plus efficaces et pertinents.
- L'enregistrement et l'analyse par le formateur des simulations d'interviews : pour chaque exercice, le formateur réalise un débriefe sur l'efficacité du message essentiel, la connaissance du sujet, la clarté du propos et l'aisance comportementale.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Un guide pratique et opérationnel est remis en début de séance. Ce manuel pédagogique réunit des contenus sur le programme de la journée et constitue à l'issue de la formation, un outil de travail et un document de référence contenant des informations utiles pour exploiter au mieux les connaissances acquises.

MODALITÉS

- INTER ou INTRA à partir de 4 participants

FORMATION À DISTANCE

Assistance technique :

- contact@creativelearning.digitalcamp.fr

2. LES REGLES A RESPECTER FACE AUX MEDIAS

- Les précautions à prendre, avant, pendant et après une interview.
- Les questions que l'on peut poser au journaliste avant et après l'interview (relecture).
- La déontologie, le « off », l'embargo, le droit de réponse

3. LES REGLES DE L'INTERVIEW

- Préparer l'interview et structurer un discours efficace
 - Identifier les motivations du journaliste et son angle de traitement.
 - Les outils pour optimiser ses contacts avec la presse : fiches de pré interview, Q&A ...
 - Rédiger ses messages : le message essentiel et la hiérarchie de l'information.
- Adopter la bonne attitude face à l'intervieweur
 - Travail sur l'attitude et le comportement à adopter face au journaliste.
 - Comment créer une relation de confiance, éviter les pièges du langage.
 - Utiliser la boîte à outil du non-verbal : les mains, le regard, le sourire, l'attitude...
 - L'importance de la voix, de la posture, des expressions du visage.

4. DONNER DE L'IMPACT A SON DISCOURS ET DEVELOPPER SA CAPACITE DE CONVICTION

- Formaliser les messages-clefs
 - Vulgariser l'information : évacuer le jargon abstrait, technique ou juridique.
 - Utiliser des mots simples, être concis et concret.
 - Donner des exemples, faire appel à des images.
- L'importance des anecdotes, histoires, métaphores, faits marquants, chiffres clés etc.
- Les techniques d'argumentation pour faire passer les messages « positifs ».
- Savoir injecter progressivement l'information voulue.
 - Exemples de mises en forme : attaques fortes, phrases courtes, mots simples...

5. MAITRISER LA DUREE DE SON INTERVENTION

- Comment réduire la durée de son intervention tout en conservant le message essentiel.

6. L'INTERVIEW EN SITUATION « SENSIBLE »

- Comprendre la logique de communication des journalistes en situation sensible.
- Les techniques utilisées par les journalistes : déstabilisation, mise en cause personnelle, installation du doute, analogies.

FINANCEMENT

Pour toute question sur le dispositif de financement, contactez nos conseillères formations :

- ▶ Par téléphone :
01 47 39 02 02
- ▶ Par mail : info@evoluteam.fr

- Les ressorts de la rhétorique : comment « vendre ses messages », contourner les questions agressives, démonter les contre-vérités, revenir au sujet.

Plan de progrès individuel (PPI) et clôture de la session

- Élaborer son Plan de progrès individuel : les pépites
- Validation des apports par rapport aux attentes
- Quizz de fin de formation
- Conclusion et clôture du stage