

## Déroulé pédagogique de formation

### Relations presse

**Intitulé :** Communication presse

**Public visé :** Services communication, responsables communication – marketing, toute personne en charge de la communication de l'entreprise

**Intervenant :** Agnès Rouvière

#### 1/ Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- Analyser les outils de communication existants
- Explorer les médias cibles de l'entreprise
- Concevoir les outils pour communiquer auprès de la presse
- Identifier les différents leviers de communication

#### 2/ Objectifs pédagogiques

- 1- Découvrir le fonctionnement des médias
- 2- Apprendre à rédiger un communiqué de presse
- 3- Evaluer les retours presse

#### 3/ Méthodes pédagogiques

Présentation théorique des grands principes du fonction des médias et de leurs attentes avec mise application immédiate adaptée à l'entreprise.

#### 4/ Modalités d'évaluation

## QCM

### 5/ Indicateurs de suivi et de résultat (KPI) d'atteinte des OPO (point 1)

**OPO 1** : Analyser les outils de communication existants

KPI : Liste des outils de communication existants et manquants

**OPO 2** Explorer les médias cibles de l'entreprise

KPI : liste des différentes familles de médias intéressés par le secteur d'activité de l'entreprise

**OPO 3** Concevoir les outils pour communiquer auprès de la presse

KPI rédaction d'un communiqué de presse

**OPO 4** Identifier les différents leviers de communication

KPI : liste de différents sujets de communication

Remarque : l'attestation de fin de formation précisera le niveau global et le niveau d'atteinte des différents OPO via une note sur 20.

### 6/ Supports fournis au stagiaire

L'ensemble des supports seront fournis au stagiaire via un lien wetransfer à l'issue des deux journées

## Durée de la formation / 2 jours 15 heures

### Plan de la formation

#### 1 - Objectifs des relations presse

- > Visibilité
- > Notoriété

#### 2- Qui sont les journalistes ?

- ⇒ Les différents médias
- ⇒ Les statuts
- ⇒ Les fonctions
- ⇒ Les nouveaux influenceurs

#### 3- Le fichier presse

Comment trouver les journalistes ?  
Comment trouver les influenceurs ?

#### 4- Les différents supports de communication presse

Focus sur le communiqué de presse  
- L'angle

- Les éléments constitutifs
- La rédaction
- L'envoi et les relances

### **5 - Inviter les journalistes : où, quand et comment ?**

- La conférence de presse et ses déclinaisons (petit déjeuner, déjeuner, visite...)
- La rédaction de l'invitation
- Déroulé de la rencontre presse
- Le voyage de presse (Qui inviter ? Comment ? Combien de temps )

### **6 - La veille presse :**

Comment surveiller les médias ?

Analyse et exploitation des retombées presse

Intervenant : Cours CV + photo

Agnès Rouvière attachée de presse depuis 20 ans !

J'ai démarré ma carrière d'attachée de presse en 2002 aux côtés de Laurence Mingaud et nous avons rapidement créé l'agence *Com.lesfilles*.

J'ai partagé cette aventure pendant 4 ans avant de rejoindre, en 2006 et pour 11 années, l'agence *Anouk Déqué Communication*.

Ces expériences furent riches d'enseignements : elles m'ont permis à travers un large panel de missions, d'appréhender les enjeux de la communication et de nouer des liens avec des médias de différents secteurs.

En 2017, poussée par un vent de liberté, j'ai créé *Agnès Rouvière Communication*.

