

Media Training

Description de la formation

Les médias sont nombreux (télévision, journal, réseaux sociaux, ...) et sont devenus incontournables dans toute stratégie de communication. Pourtant, il n'est pas toujours naturel de s'exprimer avec aisance devant un micro, une caméra, un smartphone ou l'auditoire d'une conférence de presse !

Le media training est l'art de comprendre et d'utiliser les techniques des professionnels pour jouer à « armes égales » avec eux, en évitant les pièges et les erreurs qui peuvent être facilement commises.

Cette formation vous permettra d'acquérir les savoir-faire et d'assimiler les contraintes journalistiques pour faire la différence.

Objectifs pédagogiques

- › Comprendre les règles de base du fonctionnement des médias.
- › S'approprier les règles nécessaires pour s'exprimer devant la presse ou en public.
- › Savoir utiliser les outils nécessaires pour que son message soit compris et repris.

Prérequis

- › Aucun.

Modalités pédagogiques

- › **Modalité** : Formation réalisée en présentiel ou en distanciel selon la formule retenue.
- › **Méthode** : La formation se déroule entre 50% de théorie et 50% de pratique. Le formateur partage des points théoriques et des cas concrets, lance des discussions et échanges entre les stagiaires et propose des jeux / outils en relation avec le contenu et des mises en pratique devant la caméra.
- › **Support de formation** : Le support de formation utilisé par le formateur est remis au stagiaire à l'issue de la formation.

Modalités techniques

- › En format présentiel, le formateur dispose d'une présentation (support de formation), d'un vidéoprojecteur (ou TV), de tableaux blancs et de jeux / d'outils pédagogiques.
- › En format présentiel, le stagiaire n'a besoin d'aucun support particulier pour suivre la formation.
- › En format distanciel, le formateur dispose d'une présentation (support de formation), d'une plateforme de visioconférence et d'outils collaboratifs numériques.
- › En format distanciel, le stagiaire aura besoin d'une connexion internet et d'un ordinateur équipé d'une webcam et d'un micro.

Code

MED010

Durée

0,5 jour (4 heures)

Nombre de participants

Entre 4 (minimum) et 12 (maximum) participants.

Profil des stagiaires

Dirigeants, porte-paroles, communicants, services ou direction de la communication de PME ou de grands groupes.

Sanction de la formation

Attestation de fin de formation.

Accessibilité

Accessible pour les personnes en situation de handicap et aménagement possible en fonction du type de handicap (prévenir avant le début de la formation).

Modalités et délais d'accès

10 jours minimum avant la formation pour une demande de prise en charge.

Modalités de suivi et d'évaluation

- › Evaluation préalable.
- › Autoévaluation des acquis au cours des exercices et mises en pratiques au cours de la formation.
- › Evaluation de fin de formation sous forme de test (QCM) afin de valider l'acquisition des compétences et des connaissances.
- › Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation.
- › Feuille d'émargement signée par le(s) stagiaire(s) et le formateur, par demi-journée de formation.
- › Attestation de fin de formation.

Intervenant

Laëtitia, Pierre-Olivier et Chris sont tous les trois des **experts et formateurs de la prise de parole en face de médias**. Anciens journalistes, ils ont travaillé pour de grandes chaînes de télévision (BBC, France Télévision, ...) et proposent une pédagogie et des techniques terrains : au plus proche de la réalité.

Tarifs

- › Interentreprises : 1 200,00€ HT
- › Intra-entreprise : sur demande

Contenu de la formation

Le déroulé type de nos interventions est organisé de manière modulaire et selon trois temps forts.

TEMPS 1 – ENONCIATION DES REGLES DE BASE DU FONCTIONNEMENT DES MEDIAS

- › Les mécanismes de fabrication de l'information
- › Les techniques d'écriture journalistique
- › L'évolution du paysage médiatique et l'impact du 2.0 sur les pratiques journalistiques et le paysage médiatique

TEMPS 2 – APPROPRIATION DES REGLES PAR LES PARTICIPANTS ET ELABORATION D'UN MESSAGE ESSENTIEL

- › Exercices de co-construction d'un discours et d'arguments clairs et convaincants répondant aux règles journalistiques

TEMPS 3 – TEST DE SOLIDITE DU DISCOURS

- › Exercices (interviews, jeux de rôle, écriture), dans un contexte médiatique de plus en plus contraignant : variété des profils médias (écrits, TV, radio) et des journalistes pour appréhender les règles spécifiques à chaque support.
- › Débriefing systématique après chaque exercice.