

# RÉUSSIR SES RELATIONS PRESSE

NIVEAU : TOUS

DURÉE : 2 jours - 14 H

Toutes les bases méthodologiques et techniques pour se faire connaître auprès des journalistes, et développer son image à l'heure des réseaux sociaux.

SESSIONS : Session à la demande

TARIF ENTREPRISE : 1000 € HT — TARIF PARTICULIER : 720 € TTC — TARIF INTRA : Nous consulter

## OBJECTIFS

- Définir son potentiel media et identifier sa cible presse
- Rédiger un communiqué de presse et un dossier de presse efficace
- Choisir les outils presse les plus adaptés : mailing, téléphone, rencontres, outils digitaux...
- Organiser son planning presse : faire les bonnes actions au bon moment
- Mettre en valeur ses retombées presse
- Développer son réseau de journalistes et d'influenceur-euses

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques et pratiques
- Études de cas à partir des expériences des participant·es
- Travail individuel et travail de groupe
- Mises en situation
- Echanges personnalisés avec le formateur ou la formatrice

## FORMATEUR

Attaché-e de presse et responsable de la communication en maison d'édition, le-a formateur-riche a une solide formation universitaire associée à une excellente connaissance de la chaîne du livre

## PUBLICS

- Éditeur-riche et salarié-e dans le domaine de l'édition et de la culture
- Chargé-e d'organisation d'événements culturels
- Attaché-e de presse, chargé-e de communication
- Toute personne souhaitant s'initier ou progresser

dans la communication avec les médias

Si vous vous identifiez comme une Personne en Situation de Handicap : afin de bien vous recevoir, contactez notre équipe à l'adresse [formations@fontaineolivres.com](mailto:formations@fontaineolivres.com) pour évaluer ensemble les adaptations et accessibilités nécessaires pour participer à notre formation.

## PRE-REQUIS

- Il n'y a pas de prérequis particulier pour cette formation.

## PROGRAMME

### Jour 1

#### I. Les relations presse : pour qui ? pourquoi ?

- Pourquoi communiquer ?
- Sur quoi communiquer ?
- Vers qui communiquer ?
  - Identifier sa cible presse
- Qu'est-ce qu'un-e journaliste ?
  - Les 5 W

- Les différences entre les journalistes et les influenceurs : comment s'adresser à chacun-e
- Réaliser un document de communication qui réponde au mieux aux besoins des journalistes
- > Atelier : Rédiger un « save the date » efficace
- > Atelier : Rédiger un communiqué de presse efficace
- > Atelier : Rédiger un dossier de presse efficace

## II. Les relations presse à l'heure des réseaux sociaux

- Définition des réseaux sociaux et typologie de chaque canal de communication
- Portrait type des influenceur-euses exerçant dans l'édition
- Identifier les prescripteurs de tendances dans son secteur
- Adapter sa communication sur les réseaux sociaux
- Établir des relations professionnelles de confiance
- > Cas pratique : éditorialisation sur Instagram travail en petit groupe
- > Cas pratique : et si on réalisait une vidéo Tiktok

### Jour 2

## III. Les étapes d'une relation presse réussie

- Choisir les outils presse les plus adaptés
- Quel medium utiliser pour atteindre les blogueurs et journalistes ?
- Que penser du fameux mailing ?
- Est-il nécessaire d'appeler, de rencontrer les

journalistes ?

> Cas pratique : Pitcher un livre à un journaliste

## VI. Bien gérer son planning

- Quand contacter les magazines « long délai », les hebdos, les quotidiens, les programmeur-rices radio ou télé, les blogueur-euses ?
- Est-il nécessaire de relancer et à quelle fréquence ?

## V. Mettre en valeur ses retombées presse

- Comment mettre en valeur une coupure de presse afin d'en obtenir d'autres ?
- Créer un cycle de communication vertueux
- Améliorer et développer son image

## MODALITES PÉDAGOGIQUES

- En présentiel

## SUPPORTS / DOCUMENTATIONS

- Supports théoriques
- Documents de travail issus d'exemples concrets
- Bibliographie, sitographie, institutions utiles

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Quizz, études de cas, travaux pratiques, mises en situation
- Autoévaluation des compétences