



SITUATIONS DE CRISES : REUSSIR SES INTERVIEWS FACE AUX JOURNALISTES

Référence MEDTRAFRA04

Fiche programme

BESOINS DE L'ENTREPRISE

En situation sensibles / de crise, les médias s'emballent et courent après l'information sensationnelle et unique, celle qui leur donnera un avantage sur leurs concurrents. Pour l'obtenir ils n'hésitent pas à fouiller, insinuer, hypothéquer, voir à faire dire ce qu'ils veulent entendre.

Face à l'emballement médiatique, l'entreprise et ses porte-paroles sont plus préoccupés par la protection de l'image et de l'outil de production de l'entreprise : ils jouent en défense. De plus, réagissant, ils sont soumis à de fortes tensions émotionnelles qui réduisent leurs capacités face aux micros et aux caméras.

Pour faire face efficacement à cet emballement médiatique émotionnel, il est indispensable de muscler son jeu techniquement et émotionnellement : il faut maîtriser les mécanismes de l'interview médiatique à chaud et élever son niveau de capacité empathique.

APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation permet aux participants de se doter de toute la panoplie de méthodes et techniques qui leur permettront à la fois de défendre leurs messages en ambiance émotionnelle à chaud et de nourrir les médias de messages proactifs positifs.

CONTACT



FACE-MEDIAS

PatrickJAY Communications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-medias.com
www.face-medias.com

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- En situation sensible et de crise :
 - o Savoir communiquer efficacement face aux journalistes ;
 - o Savoir exprimer correctement les messages appropriés face aux journalistes.
- Se positionner comme source fiable et durable durant toute la crise.

Public concerné

- Tout collaborateur légitime pour parler au nom de l'entreprise en situation critique.

Prérequis

- Avoir déjà une expérience de base en passage médias.

Durée

- 2 jours (14 heures).

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en inters et intra-entreprise, coachings et présentiel ;

Méthodes pédagogiques

- Découverte, démonstrative et magistrale ;
- Majorité d'exercices d'application, mises en situations ;
- Exercices de création de messages médias et éléments de langage en situation de crise ;
- Exercices d'interviews de crise : TV (image), radio (son) et presse écrite (notes).

Positionnement et évaluation des acquis

- En entrée formation : quizz de positionnement ;
- En cours de formation : mises en situations et quizz d'acquisition ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

Les + pédagogiques de la formation

- Consultant-formateur expert relation média, ancien journaliste ;
- Méthodologie spécifique orientée maniabilité sur le terrain ;
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel) ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue.

Aide-mémoires

- Diaporama et documents de travail utilisés pendant la formation ;
- Les enregistrements des interviews individuels presse écrite ;
- Les participants reçoivent chacun un jogger des 20 techniques clés.

Actualisation : juin 2022

MODALITES D'ACCES 2022-23

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Dates, lieux, tarifs des sessions inters

Sur devis personnalisé, nous consulter.

6 participants max. par session : un nombre restreint permet un travail poussé et des feedbacks individualisés.

Financement



Formation éligible au FNE-formation renforcé.

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-medias.com
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.

Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Opéra sont handi-accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT



FACE-MEDIAS

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-medias.com
www.face-medias.com

Connaître les besoins et formats des médias

- Le média comme caisse de résonance incontournable
- Connaître les contraintes des médias et des journalistes
- La clé des médias : les lois de proximité
- Le produit et le coût du passage médias : visibilité et distorsion

Médias et crises : les fondamentaux de fonctionnement

- Le public face aux crises : répondre aux 5 émotions des crises : surprise, peur, colère, dégoût, tristesse
- Schémas de communication de crise
- Participer au plan de communication et aux cellules de crise :
- Rôle et principes de relations avec les médias en crise
- La crise et les réseaux sociaux : combattre les rumeurs
- Stratégies à adopter : objectifs et choix des messages
- Se préparer à évoquer les conséquences dans le futur
- Savoir répondre aux situations passées mises en parallèle
- Savoir répondre aux hypothèses et insinuations

Savoir rédiger un communiqué vers les agences de presse

- Bien identifier les différents faits d'actualité
- Indiquer comment ils impactent le public du média
- Fournir des exemples incarnés, concrets (storytelling)
- Travailler dans l'esprit des brèves
- Utiliser le plan journalistique dès le communiqué de presse

Parler le même langage que les journalistes

- Temps et structure de crise : faciliter la tâche aux journalistes
- Préparer et valider des éléments de langage empathiques
- Être synthétique mais empathique dans ses messages
- Exprimer ses messages en 3 dimensions : faits, opinions et sentiments
- Fournir des infos, illustrations et exemples humains
- Structurer son message en 4 niveaux d'informations

Interviews radio, TV, presse écrite : centrer sur l'humain !

- Utiliser la synergie presse écrite et « médias chauds »
- Savoir répondre à une demande d'entretien à chaud
- Utiliser le plan du communiqué de presse comme centre de gravité de l'expression du message
- S'adresser au journaliste mais parler aux ressentis du public
- Syntaxe : se limiter aux propositions principales simples
- Contrôler et projeter un langage du corps contrôlé
- Se montrer disponible pour le journaliste

Formation complémentaire pour des besoins spécifiques :

Relations presse : créer et entretenir des relations fructueuses avec les journalistes
Réf - MEDTRATV01

Formation complémentaire pour des besoins spécifiques :

Savoir participer avec impact aux débats en plateaux TV
Réf. MEDTRATV03