



# FACE AUX JOURNALISTES : REUSSIR SES INTERVIEWS MEDIAS COMPETITIFS (TV, RADIO, PRESSE)

Référence MEDTRAFRA03

## Fiche programme

### BESOINS DE L'ENTREPRISE

Certains médias et journalistes ont une approche compétitive de leur couverture informative. Ils ne craignent pas d'aborder leurs intervenants agressivement, en cherchant les failles dans le discours, tant sur le fond que sur la forme.

Les collaborateurs désignés « correspondants médias » peuvent être désarçonnés par cette approche inhabituelle. Ils peuvent même se trouver totalement déstabilisés par les manœuvres ambiguës et parfois intellectuellement malhonnêtes de ces journalistes.

Pour faire face efficacement à ce type d'attitude et de manipulation il est indispensable de muscler son jeu : il faut maîtriser les mécanismes de l'interview médiatique et élever son niveau technique en rhétorique.

### APPORTS DE LA FORMATION

Cette formation permet aux participants de se doter de toute la panoplie de méthodes et techniques qui leur permettront de défendre leurs messages en ambiance compétitive, de se protéger des manœuvres agressives, et d'installer un dialogue profitable avec les médias.

### CONTACT



#### FACE-MEDIAS

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

[patrickjay@face-medias.com](mailto:patrickjay@face-medias.com)

[www.face-medias.com](http://www.face-medias.com)

### PRESCRIPTIONS

#### Objectifs opérationnels

- Savoir utiliser à son avantage les codes, besoins et contraintes des journalistes ;
- Savoir défendre ses messages face aux tentatives de déstabilisation des journalistes ;
- Savoir projeter une image affirmée valorisante des services et produits de l'entreprise.

#### Public concerné

- Tout collaborateur potentiellement amené à répondre aux interviews compétitifs de journalistes.

#### 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 ;
- Exercices d'interviews 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.

Actualisé en juin 2022

## CONTENU CLE

### 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](mailto: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](mailto:patrickjay@face-medias.com)

[www.face-medias.com](http://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
- Sélectionner le bon média pour le bon public cible

### Parler le même langage que les journalistes

- Comment répondre à une demande d'entretien
- S'appuyer sur son communiqué de presse s'il en existe un
- Temps de bouclage et structure de l'info : faciliter la tâche aux journalistes
- Fournir des angles et thématiques secondaires au journaliste
- Identifier le fait d'actualité et valoriser les liens avec les sujets d'actualité (le peg)

### Préparer un message solide et attrayant sur le fond et la forme pour les journalistes

- Valoriser la nouveauté, l'unicité pour apporter un fait remarquable
- Indiquer comment ce fait d'actualité impacte le public du média
- Utiliser le plan du communiqué de presse comme centre de gravité de l'expression du message
- Savoir exprimer ses messages en trois dimensions : faits, opinions et sentiments
- Fournir des illustrations, des exemples incarnés, concrets (storytelling) pour incarner ses messages

### Interview presse écrite : comment s'assurer de faire passer le bon message

- Préparer des éléments de langage validés par sa hiérarchie
- Structurer son message en 4 niveaux d'informations
- Fournir des formules choc et mémorables
- Être synthétique dans l'expression de ses messages
- A l'issue, envoyer un récapitulatif des éléments de l'interview
- Se montrer disponible à l'issue pour le journaliste

### Interview radio & podcasts : faire passer le bon message à l'oral

- Idem que pour la presse écrite, + :
  - ✓ Se créer des éléments de langage maniables
  - ✓ S'adresser au journaliste mais parler pour le public
  - ✓ Utiliser le plan journalistique
  - ✓ Syntaxe : se limiter aux propositions principales simples
  - ✓ Proposer en permanence un contenu (info) et une ambiance

### Interview TV et vlogs : faire passer le bon message visuel

- Idem que pour la presse écrite et la radio, + :
  - ✓ Être force de proposition sur le cadre physique de l'entretien
  - ✓ Contrôler et projeter un langage du corps intéressant
  - ✓ Faire vivre le cadre de l'image par une gestuelle vivante
  - ✓ Projeter un regard animé vers le journaliste
  - ✓ Se prêter au jeu des plans de coupe

### Suivre sur les interviews pour favoriser les passages médias futurs

- Envoyer un mot d'appréciation au journaliste
- Réaffirmer sa disponibilité d'interventions sur les thématiques choisies

### Formation complémentaire pour des besoins spécifiques :

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

Réf - MEDTRATV01