



MAÎTRISER L'ÉCRITURE D'UN DOSSIER, UN COMMUNIQUÉ, UN FLASH INFO, UNE BRÈVE...

Durée :
1 JOURNÉE

Réf. :
16-TECP

Format :  PRÉSENTIEL

1250 € HT

Malgré la montée en puissance des réseaux sociaux, le communiqué de presse reste l'outil préféré des journalistes.

Car dans Relations presse, c'est bien le "relationnel" qui prédomine, l'objectif étant de créer une relation de qualité et de confiance entre la source de l'information et le journaliste.

Le communiqué de presse peut s'avérer être un élément clé pour communiquer efficacement sur une actualité en lien avec votre activité ! Cependant, il n'est pas toujours aisé de s'atteler à la rédaction de ce dernier et d'éviter les nombreux pièges qui jalonnent sa création. Le communiqué de presse sert à diffuser une information auprès d'un média (presse, télévision, radio, web) et donc à augmenter votre visibilité. Il sert à informer un journaliste d'un message qu'on souhaite voir relayé.

Dans un contexte d'infobésité, il est d'autant plus important de rédiger un bon communiqué de presse pour attiser la curiosité et l'intérêt d'un lectorat. Pour cela, il faut respecter un certain nombre de codes qui le gouvernent. Les respecter, c'est avoir d'autant plus de chance d'attirer l'attention du journaliste à qui nous partageons notre document.

Les 3 piliers de la rédaction : informer, convaincre et sensibiliser une audience.

Cette formation vous permettra de rédiger efficacement, vers la bonne cible et relayer le bon message.

Objectifs

- Comprendre les attentes des journalistes et leurs critères de sélection pour relayer une information
- Savoir adapter la forme et le format du communiqué en fonction du message : Dossier ? Communiqué ? Brève ? Flash info ? Infographie ? Vidéo ?...
- Trouver le bon angle rédactionnel et rédiger en adoptant les codes et les techniques d'écriture journalistique

À qui s'adresse cette formation ?

Cette formation s'adresse à toute personne, Responsable de la communication, Chargé des relations médias, Responsable marketing, Responsable des relations presse, Cadre Dirigeant... associée à la stratégie de communication (objectifs et messages) de l'entreprise. Toute personne en prise de fonction ou dans l'exercice de ses fonctions souhaitant approfondir son expertise dans le domaine des relations médias.

Comprendre les attentes des journalistes et leurs critères de sélection pour relayer une information

- Les attentes et motivations des journalistes
- Échéancier et planning d'envoi : à quel moment et comment transmettre l'information ?
- Les 4 règles de la loi de proximité journalistique et les autres critères de sélection utilisés par les journalistes



Les techniques d'écriture

MAÎTRISER L'ÉCRITURE D'UN DOSSIER, UN COMMUNIQUÉ, UN FLASH INFO, UNE BRÈVE...

Adapter la forme et le format du communiqué en fonction du message

- Présentation et structure d'une information presse
- Comment traiter un communiqué web enrichi et une infographie ?

CAS PRATIQUE :

- ✓ Analyse de différents supports de communication
- ✓ Définition des choix de présentation
- ✓ Recherche iconographique et illustrative

Trouver le bon angle rédactionnel et rédiger en adoptant les codes et les techniques d'écriture journalistique

- Définir ses objectifs et ses angles
- Définir le message en fonction des familles de presse
- Le contenu et sa rédaction
- La règle des cinq "W", l'impact des premières lignes
- Check-List des 20 conseils pour bien écrire
- Les erreurs et pièges à éviter

CAS PRATIQUE :

- ✓ Définition d'une cible et d'un sujet - Structure et angle de communication
- ✓ Écriture d'un communiqué de presse
- ✓ Écriture d'une brève
- ✓ Analyse critique

La trousse à outils avec laquelle vous repartez de cette formation

À l'issue de la formation vous disposez de :

- Des exemples de dossier, communiqué, flash info, brève, infographies...
- Une maquette type
- Une liste de site de sourcing illustrations et iconographies

Vous aurez appris à :

- Structurer votre message (CQJVD)
- Angler vos propos par rapport à votre cible
- Rédiger efficacement