

PRENDRE LA PAROLE DEVANT LES MEDIAS (1/2)

PUBLIC CONCERNE

Tout public pouvant être confronté à la presse

DUREE

2 jours soit 14 heures

PRE-REQUIS

Etre confronté à des prises de parole devant la presse écrite ou audiovisuelle

NOMBRE DE PARTICIPANTS

Entre 6 et 8 personnes

OBJECTIFS

- Comprendre les médias pour mieux appréhender leurs besoins : l'organisation d'une rédaction ; les types de médias et leurs spécificités ; le fonctionnement d'une interview ; les besoins et attentes des journalistes
- Cerner son rôle d'interviewé et savoir gérer la pression des médias
- Améliorer ses capacités d'expression et donner une image assurée (physique et vocale)
- Organiser et clarifier ses objectifs, adapter son vocabulaire, ses propos à la cible visée ; savoir définir le message essentiel
- Connaître le déroulement et les enjeux d'une interview ; comprendre les attentes du journaliste
- Savoir adapter ses propos et ses attitudes selon le sujet, le type d'interviews, (la déclaration, l'interview de crise, l'interview plateau, téléconférence, itw téléphone)
- Savoir rester maître de ses propos (savoir gérer les questions hors cadre)

PROGRAMME PEDAGOGIQUE

JOUR 1

MATIN

Présentation des 2 jours, restitution des questionnaires, recueil des attentes et questions

Connaître l'environnement pour mieux s'y adapter

- "Journaliste, qui es-tu ?" "Qu'attends-tu ?" Exposé interactif : les motivations,
Les attentes et les contraintes du journaliste ; les pièges à éviter
- Quelques règles d'écriture journalistique : message essentiel/organisation d'une information.

Savoir construire un discours ciblé

- Préparation d'une déclaration (sur le mode d'un communiqué de presse)
- Face aux journalistes : Prise de parole sous forme d'une déclaration enregistrée et analysée en groupe
- Synthèse : « Quel information pour quel média ? »

APRES MIDI

Acquérir des techniques opérationnelles pour s'exprimer efficacement. Savoir contrôler son discours, faire simple et efficace.

- *Autour de l'expression* (attitude, voix, respiration, décontraction, gestuelle, implication...), série d'exercices techniques issus du travail de l'acteur.
- « *ce qui se conçoit bien s'énonce clairement* » le discours explicatif

Maîtriser sa réactivité (prendre du recul, acquérir des techniques d'improvisation, organiser un discours immédiat

- « *autour de l'improvisation* » à partir d'un « bombardement » de questions savoir donner une réponse immédiate, construite et maîtrisée

Avoir des points de repère pour savoir adopter les postures les plus efficaces selon le type d'interview.

- « *Les différentes ITW auxquelles vous répondez* » : entretien presse écrite, téléphonique, plateau, en différé (conditions, déroulement, contraintes) et la façon de les aborder. Comment se monte un sujet diffusé en différé.
- Préparation de 2 types d'information pour le lendemain (information quotidienne, et autour d'un cas de crise (en s'inspirant de cas concrets)

→ *Alternance d'apports théoriques, exposés interactifs, exercices techniques, mises en situation et simulations enregistrées suivies de débrief collectif*

PRENDRE LA PAROLE DEVANT LES MEDIAS (2/2)

MOYENS PEDAGOGIQUES

- Méthode active privilégiée : alternance d'exercices techniques d'expression, de mises en situation- simulations filmées, analysés en commun et complétés par des apports théoriques
- 1 salle modulable,
- 1 vidéoprojecteur,
- 1 téléphone en réseau interne,
- 2 paperboard,
- 1 caméra (apportée par le formateur)

EVALUATIONS

- Point de partage amont avec le client sur les besoins identifiés et questionnaire d'autodiagnostic envoyé aux stagiaires une semaine avant le stage.
- Mises en situation enregistrées avec analyses et débrief, échanges et partages de pratiques entre les stagiaires
- Tour de table et identification individuelle des points de vigilance et axes de progrès.
- Questionnaire d'évaluation de la formation

INTERVENANT

- Consultant- formateur en média- training, journaliste

PROGRAMME PEDAGOGIQUE (suite)

JOUR 2

MATIN

Retour sur les acquis de la veille

Mises en situation, débrief et apports sur les différentes situations de prise de parole avec les medias :

- L'interview téléphonique : préparation, savoir-faire synthétique, les pièges
- « *Attention l'antenne est à vous* » : interview en plateau : le déroulement, les exigences et les « pièges », rester maître de ses émotions, de son image, de son discours, savoir écouter. De la préparation à l'interview

APRES MIDI

Situation de crise Savoir préparer son message essentiel et savoir s'y tenir.

- Le contexte de « communication de crise » : le cadre d'intervention/ préparer un discours de crise/ comment gérer la pression des médias
- Exercice : « *autour d'un évènement exceptionnel* » : interview télé en différé sur un évènement grave nécessitant des explications... pour contrôler les conséquences

La prise de parole devant un grand groupe

- " *la conférence de presse* " simulation autour d'un thème professionnel en grand groupe
- « *1 minute pour convaincre* »- exercice ludique : vous devez convaincre un public, (pris en vidéo gros plan) sur le mode de spot publicitaire

→ *Mises en situations et simulations enregistrées suivis de débrief collectif et apports du formateur*

→ *Ces mises en situations permettent d'évaluer les acquis à chaud et de définir les axes d'amélioration individuels*

Synthèse et bilan : rappel des points clés et des points de vigilance (individuels)

Conclusion de la journée

- Questionnaire d'évaluation et tour de table

TARIF / CONDITIONS

- Nous consulter

CERTIFICAT / ATTESTATION

- Attestation de formation