



## CONTEXTE

Au sein des actions de communication touristique, les relations presse ont fait preuve de leur grande efficacité et d'un rapport qualité / coût très performant. Les relations avec la presse ont profondément évolué ces dernières années, avec notamment l'irruption de la presse digitale et les médias sociaux (journaux en ligne, blogueurs, influenceurs). Cette formation de niveau avancé s'adresse aux agents en charge de la relation avec la presse qui souhaitent optimiser leurs compétences.



## PUBLIC & PRÉ-REQUIS

Chargés de communication, chargés des relations presse.

Avoir suivi le module 1 en 2016 ou être en poste et à au moins 50% de son temps et/ou de puis au moins 2 ans dans la communication ou les relations presse.

Pré-requis organisationnel : une planification de plages de travail de 2 h en moyenne par semaine pour suivre la formation à distance entre le 6 octobre et le 21 novembre (accord du management).



## DATES & LIEUX

Formation multimodale en 1 mois et 3 temps :

- 6 octobre 2017 – visioconférence de démarrage (1 h - de votre bureau)
- Du 6 octobre au 13 novembre 2017 – SPOC : formation en ligne (6 h – en moyenne - de votre bureau avec des ateliers de travail à faire – organisation à prévoir)
- 21 novembre 2017 – journée de formation en présentiel à DAX. Centre Pulséo. Plan d'accès : <https://goo.gl/maps/3ACKU9dAhZ22> (gare et parking à proximité).



## HORAIRES DU JOUR 2

09h15-09h45 : accueil café viennoiseries

09h45-12h45 : formation

12h45-14h00 : pause déjeuner

14h00-18h00 : formation.



## INTERVENANTE

Françoise Clermont, CoManaging



## MATÉRIEL NÉCESSAIRE

- Une connexion internet de bonne qualité & un ordinateur plutôt récent avec un navigateur à jour
- Un poste de travail au calme, un micro et une caméra / webcam pour la visioconférence
- Un compte google et un accès à google drive pour les exercices
- Un accès non limité aux médias sociaux tels que youtube.



## ÉVALUATION DE LA FORMATION

- Questionnaire préalable
- Grille d'évaluation des acquis
- Questionnaire de satisfaction post-formation
- Service Après Vente à 6 mois.



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Analyser ses relations presse existantes avec la presse locale, nationale, spécialisée
- Elaborer des pistes d'amélioration de sa stratégie relation médias
- Intégrer une nouvelle approche et des nouveaux outils de relation médias
- Réajuster ses indicateurs et ses outils méthodologiques pour avoir des relations presse efficaces et pérennes.

## PROGRAMME

1ère partie : SPOC – Formation à distance

- Introduction contextuelle : Comprendre les points clés du nouveau marketing Tourisme
- Le panorama des nouveaux acteurs des relations médias
- Evolution des relations médias
- Comprendre le concept d'influence et les influenceurs
- Choisir et mettre en œuvre de nouveaux outils relation presse
  - Rappel méthodologique : objectifs & questions clés
  - Rappel méthodologique : message, porte-paroles et tactique
  - Comment créer une relation durable
  - Gérer et qualifier son fichier relations médias
  - Les communiqués de presse multimédias
  - Les espaces de presse sur vos sites web
  - Travailler avec Twitter, Facebook et LinkedIn pour ses relations médias

2ème partie : Journée en présentielle

6 étapes de travail :

1. Formaliser le cadre tactique
2. Mettre une veille, identifier les médias & les influenceurs : faire son mapping
3. Planifier ses actions et contenus et produire des contenus adaptés
4. Répondre aux demandes de manière efficace & personnalisée : devenir l'expert incontournable
5. Savoir travailler avec les bloggeurs et influenceurs
6. Faire évoluer les indicateurs

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports méthodologiques
- Travail de synthèse et de réflexion, cas pratiques : E.A.P (Environnement d'Apprentissage Personnalisé)
- Travail sur ses objectifs et ses actions relations presse
- Travaux de groupes en présentiel : études de cas, analyses.
- Ensemble des supports en ligne téléchargeables en .pdf et support papier de travail pour le présentiel