

Votre contact pédagogique

FRIZON Laure
laure.frizon@monatourisme.fr

Votre contact administratif

GARNIER Marie
marie.garnier@monatourisme.fr

Si vous êtes une personne en situation d'handicap, vous pouvez vous adresser par mail à Camille Averty camille.averty@monatourisme.fr ou par téléphone au 06 17 23 31 44. Nous aménagerons au mieux la formation.

LIEU : ORTHEZ (NON PMR) / DISTANCIEL

DATE (S) :

01/06/2021	3:30	9:00	12:30	EN LIGNE
04/06/2021	3:30	9:00	12:30	EN LIGNE
08/06/2021	3:30	14:00	17:30	EN LIGNE
17/06/2021	7:00	9:45	18:00	ORTHEZ / SALLE EN COURS DE RESERVATION
18/06/2021	3:30	9:45	12:00	ORTHEZ / SALLE EN COURS DE RESERVATION

DURÉE : 5,00 jour(s), 21:00 heures

EFFECTIF : De 6 à 12 participants

PUBLIC : Responsable de communication, Chargé.e de communication, Chargé.e des relations presses, Community manager, Managers intermédiaire

PREREQUIS : Être en charge de la communication, connaître les fondamentaux du marketing et de la communication, être en lien avec les instances de décisions

FORMATEUR(S)/ TRICE(S) :

FRANCOISE CLERMONT



Ressortissants AFDAS : 300 €/jour - Agents de la fonction publique territoriale : 135€/jour

CONTEXTE

L'information continue, les leaders d'opinion, les influenceurs, les multiples canaux de communication, les usagers qui prennent de plus en plus la parole, les journaux gratuits, provoquent des bouleversements importants dans l'environnement médiatique. Aujourd'hui, le métier d'attaché de presse est impacté au premier chef et doit intégrer pleinement les nouveaux codes médiatiques. Comment parvenir à trouver efficacement une place dans un monde de la presse actuellement en profonde mutation ?
Taux de satisfaction : 5/5

OBJECTIFS

Objectif professionnel :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en capacité de comprendre les principales mutations de la communication touristique, d'intégrer le concept d'influence et son implication dans l'évolution des métiers des relations, d'ajuster ses indicateurs et ses outils pour avoir des relations presse durable, de rattacher cette stratégie de relation presse en période de crise le cas échéant.

Objectifs pédagogiques de la formation :

Comprendre les évolutions des médias et analyser ses relations presse actuelles
Intégrer une nouvelle approche et des nouveaux outils de relation médias

Réajuster ses indicateurs et ses outils méthodologiques pour avoir des relations médias efficaces et pérennes

PROGRAMME

Partie 1 – L'évolution de la communication d'items touristique

- Nouvelles attentes des touristes
- Une communication narrative, relationnelle
- UGC : Les contenus des visiteurs, des habitants, des acteurs
- Evolution des canaux d'influence dans le domaine du tourisme

Partie 2 – L'évolution de l'univers des médias & des relations médias

- Médias traditionnels et nouveaux médias
- Comment les journalistes utilisent les réseaux sociaux
- Des relations presse aux relations médias : plus stratégique, plus connectés

Partie 3 – Comprendre le concept d'influence et les influenceurs

- Le concept d'influence & les acteurs clés - Identifier les influenceurs
- Travailler avec les influenceurs : de l'accueil à la production de contenus

Partie 4 – Les fondamentaux : méthodes et outils de base des relations médias

- Points clés de méthode : objectifs, questions clés, message, porte-paroles et tactique
- Comment contacter les journalistes et créer une relation durable
- Gérer et qualifier son fichier relations médias
- Maîtriser les fondamentaux : communiqué de presse, dossier de presse, voyage de presse, conférence de presse, réponses aux demandes

Partie 5 – Nouvelles méthodes et outils complémentaires

- Mettre une veille, identifier les médias et faire son mapping
- Les communiqués de presse multimédias
- Les nouvelles formes d'espace presse web
- Travailler avec Facebook, Twitter, LinkedIn
- Utiliser les nouveaux formats : vidéos, podcast

Partie 6 – Adapter sa stratégie et ses indicateurs

- Formaliser sa stratégie de prise de parole et ses objectifs
- Planifier ses actions et contenus
- Devenir l'expert incontournable
- Entretenir son réseau
- Agir en période de crise
- Faire évoluer ses indicateurs
- Finalisation de ses pistes d'actions à court et moyen terme

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Échanges entre les participants, trame, ateliers collectifs, atelier en mini-groupes, atelier individuel, questions/réponses, travaux personnels intégrés à la formation évalués à 2h30 avec retour de la formatrice

MODALITES D'ÉVALUATION

Un tableau d'évaluation des acquis rempli par le formateur en fin de session, au vu des travaux réalisés