

Jeu. 08 Mars 18

Jour 1 - Marseille

Jeu. 22 Mars 18

Jour 2 - Marseille

Durée

2 jours non consécutifs -

Horaires

9h - 17h

Tarif 1 jour seul : 640,00 € HT Adhérents - 800,00 € HT Non adhérents
2 jours : 950 € HT Adhérents - 1 150 € HT Non adhérents
* déjeuner inclus

Entreprises	Toute taille
Public	Chefs d'entreprises et direction (Ressources Commercial).
Pré-requis	Aucun

Objectifs

- S'initier à la communication média en période de crise.
- S'entraîner à l'interview Radio / TV en situation de crise.
- Exercice sur cas réel face à un journaliste

Moyens pédagogiques

- Commentaires et échanges avec les autres participants
- Visualisation du support de stage par vidéo projecteur
- Support de stage papier remis à chaque participant
- Utilisation d'enregistrement et mise en situation filmée

Intervenants

- . Marc Bayard *Délégué Général UIC Méditerranée*
- Martine Deshusses *Journaliste*

Programme

2 jours non consécutifs permettant aux personnes déjà familiarisées à la communication de crise de ne choisir que la deuxième journée de media training

Jour 1 : Communication de crise

- Observer, identifier, analyser la crise
- La cellule de crise et le porte-parole
- La communication « à chaud »
- Le plan de communication de crise
- Les différents médias et leurs méthodes
- Le journaliste, professionnel de l'information
- Les techniques d'interviews
- La conférence de presse.

Jour 2 : Media training

- Vidéo sur des cas d'école d'interviews réussies et ratées.
- Préparation individuelle d'une interview
- Réalisation d'interviews individuelles avec un journaliste
- Analyse des interviews et définition d'axes de progrès.