

PROGRAMME DE FORMATION

2022 – Newsletters - dossier de presse /

Techniques rédactionnelles et

communication avec les médias

: A distance

Durée : 2 jours

Nombre total d'heures de formation : 14

Date(s) : 5 et 6 octobre

Tarif de la formation

400 € net de taxes.

Pour demande de prise en charge de la formation auprès de l'OPCO :

- N° de Déclaration d'Activité : 76340953834
- N° SIRET : 83203963000039

Salariés de droit privé des organismes institutionnels du tourisme, n'oubliez pas de faire votre demande de prise en charge auprès de l'AFDAS ! Sans convention de formation à jour dans l'espace Afdas, le CRTL au moment de la facturation, se verra dans l'obligation de facturer directement la structure.

Finalité

Comprendre les principales mutations de la communication touristique et intégrer le concept d'influence et son implication dans l'évolution des métiers des relations

Objectifs opérationnels

- 1-Optimiser et varier vos supports de communication à destination des médias
- 2-Créer et entretenir la relation avec vos cibles médias
- 3-Développer une stratégie d'influence

Public cible

Responsable communication

Pré-requis

- . Une connaissance de la stratégie de l'office de tourisme : positionnement, axes de communication
- . Etre en charge des relations médias

Caractéristiques et modalités

- **Durée** : 2 jours
 - **Nombre d'heures** : 14 heures
 - **Dates** : 5 et 6 octobre 2022
 - **Nombre de personnes minimum et maximum** : 6 - 15
 - **Horaires** : 9h-12h30 / 14h00-17h30
 - **Lieu** : A distance
 - **Code action** : 26034
-
- **Accessibilité** : Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. En amont de la formation, nous définissons ensemble comment vous proposer le parcours le plus adapté.
 - **Modalités d'accès** : Inscription en ligne sur le site pro du CTRL Occitanie <https://pro.tourisme-occitanie.com/plateforme-de-services/programme-regional-de-formation-des-organismes-de-tourisme/>
 - **Délai d'accès** : Les formations du CTRL Occitanie sont accessibles de leur mise en ligne jusqu'à 15 jours avant la 1ère journée de formation (temps requis pour confirmation de la session et envoi des convocations). Passé ce délai, il est préférable de prendre contact avec le service formation pour s'enquérir des éventuelles places disponibles et des possibilités d'inscriptions en ligne. *Contacts : Sylvie Bonnefoy au 04 30 63 84 25 ou formation@crtoccitanie.fr*

Intervenants

Dominique DUFOUR, Comanaging

1. MONA – 2021 – 1 formation de 2 jours "Développer une stratégie de promotion avec les influenceurs"
 2. Auvergne – Rhône-Alpes (Trajectoires Tourisme) - 2021 « Développer sa communauté de micro-blogueurs et influenceurs »
 3. Pays de la Loire (Agence Régionale) – 2019 – 2020 – 2 sessions de formations « Travailler avec des blogueurs et influenceurs »
- Ex journaliste, formateur au CFPJ, professeur à l'université de Cergy-Pontoise Master en

stratégie éditoriale et communication (domaines d'intervention : communication, web, journalisme en ligne, réseaux sociaux, digital)

Moyens mis à disposition et méthodes pédagogiques

Matériel stagiaire :

Un ordinateur au calme avec navigateurs à jour, micro et webcam, et une bonne connexion ADSL / wifi pour les classes virtuelles

Moyens mis à disposition :

Nombreux ateliers pratiques. Plusieurs activités sont prévues.

Outils pédagogiques

Fiches de travail pour les exercices, support de formation
Travaux sur Drive

Supports pédagogiques

Supports de présentation .pptx / Trames et fiches de travail : tableau de bord de suivi, etc.

Méthodes pédagogiques : Formation participative très opérationnelle qui s'appuie sur un apport de savoir et de techniques de la part du formateur, par une pratique simple de création de contenus, sous la forme d'ateliers et d'exercices, et de définition d'une stratégie d'influence

40% théorie / 60% pratique

Suivi et évaluation

- **Suivi** : Tableau de suivi des présence/capture écran, certificat de réalisation, Attestation individuelle de fin de formation.
- **Suivi post formation** : Réponses aux mails des participants sur des questions en lien avec la formation pendant 3 mois suite à la formation
- **Evaluation** :
 1. Evaluation amont : Questionnaire préalable portant sur connaissances et pratiques actuelles, formations déjà suivies, projets dans les 6 mois, objectifs de la formation, questions particulières
 2. Evaluation des acquis des stagiaires par rapport aux objectifs (durant la formation ou fin de formation) :
 1. Optimiser et varier vos supports de communication à destination des médias
Exercices de rédaction de supports médias enrichis
 2. Créer et entretenir la relation avec vos cibles médias

Organiser un zoom

3. Développer une stratégie d'influence

Rédaction d'une prise de contact + mini site dédié

3. Questionnaire en ligne individuel (écrit) est réalisé par le CRTL permettant de mesurer le taux de satisfaction

4. Evaluation à froid (CRTL) : Questionnaire écrit à 6 mois pour mesurer la mise en pratique des acquis en situation professionnelle et de vérifier l'ancrage des connaissances (actions réalisées / réussites / difficultés rencontrées / acquisitions à renforcer / piste d'amélioration de la formation)

Programme

JOUR 1 : 5 octobre de 9h-12h30

- Ce qui a changé dans les relations médias
- Comprendre les attentes des médias (formats, supports,...)
- Storytelling et expériences : le duo gagnant pour capter les médias
- Un dossier de presse et CP : ce qu'ils doivent comporter

Exercice : rédaction d'un communiqué de presse enrichi

JOUR 1 : 5 octobre de 14h00-17h30

- Dossier de presse et CP : 5 actions pour réinventer ces supports incontournables de la relation média
- Intégrer le storytelling dans vos supports média
- Les formats multimédia au cœur de vos supports : interview, infographie, vidéo, audio, photos,...
- La diffusion de vos supports média (emailing, site web,...)

Exercice : à partir d'une information, rédiger plusieurs formats pour les médias, + un format pour un dossier de presse

JOUR 2 : 6 octobre de 9h-12h30

- Comment organiser un point presse à distance (Zoom, Teams,...) ?
- Comment attirer les journalistes & influenceurs grâce aux réseaux sociaux, de LinkedIn à Twitter
- Mesurer l'impact de vos actions (indicateurs de suivi, qualitatif et quantitatif)

Exercice : organisation d'un Zoom avec des journalistes (méthode, outil et plan de communication)

JOUR 2 : 6 octobre de 14h-17h30

- Comprendre les attentes des influenceurs
- Comment identifier et prendre contact avec des influenceurs
- Optimiser la relation avec les influenceurs en créant des supports dédiés

Exercice : création d'un mini site Web dédié aux influenceurs avec Canva

Bilan - Tour de table & évaluation des acquis