

Mettre en place une stratégie de relations presse

-

Les bases des relations avec les médias

Objectifs : À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de **de mettre en place une stratégie de relations presse.**

Durée : 3.5 heures

Modalités et moyens pédagogiques :

- Exercices pratiques sur l'exemple du communiqué de presse
- Synthèse à l'oral par la formatrice et restitution d'un document récapitulatif envoyé par mail

Modalités d'évaluation :

- Cas pratiques supervisés par la formatrice, attestation par la formatrice de réussites d'exercices
- Quiz de fin de formation

Prérequis technique : aucun

Prérequis savoir-faire : aucun (niveau débutant)

Public concerné : en charge de la communication, des relations presse, relations média

Formation intra-entreprise ou interentreprises, individuelle ou en groupe : contacter le Club
(contact@pressecomnormandie.fr / 02 32 83 31 38)

PROGRAMME DÉTAILLÉ

9h. Accueil et tour de table des stagiaires et de la formatrice

9h15 – En quoi consistent les Relations Presse ?

- Pourquoi faire des RP ? Les avantages ?
- Quand faire des RP ?
- RP vs. Publicité - comment les distinguer ?

9h45 – Le rôle de l'attaché.e de presse

- Les missions
- Les relations entre journalistes et attaché.e.s de presse

10h – Les attentes des journalistes

- Leurs défis, quels contenus ils préfèrent ?

10h30 – Les principaux outils RP

- Présentation des outils
- Zoom sur le communiqué de presse

11h – Quelles actus privilégier ?

- Comment déterminer quelles actus peuvent intéresser les journalistes ?
- Créer la bonne actu
- Un manque d'inspi ?

Pause

11h30 – La diffusion de vos messages

- Rédiger le pitch parfait
- Quel moment privilégier ?

11h15 – Et après, que faire ?

- Les relances journalistes
- Le suivi de leurs demandes

12h15 – Conclusion et récapitulatif

BIO DE LA FORMATRICE : Solène Mauro



[Solène Mauro](#), adhérente du Club, est consultante en relations médias et communication digitale. Après près de 10 ans dans l'univers de la communication et des médias, dont plus de 4 ans en tant qu'attachée de presse au sein des directions régionales de GRDF, l'Éducation Nationale ou encore Le Groupe La Poste, Solène a fondé en 2021 son agence Impulse Communication Rouen, en rejoignant le réseau d'agences de relations presse Impulse Communication. En octobre 2024, elle lance sa propre identité de relations presse, Sonare RP.

Elle accompagne des entreprises de toute taille et de multiples secteurs d'activités (événements, culture, innovation, tech, lifestyle, restauration, immobilier...) dans le développement de leur notoriété dans les médias, en région comme au national. Passionnée de musique, elle accompagne également des artistes en développement et des festivals...