

FORMATION RELATIONS MEDIA, COMMUNICATION AVEC LE PUBLIC ET COMMUNICATION DE CRISE

Rabat - Maroc

Lundi 27 septembre 2021



Programme

- 9.30 – 12.30 Coaching individuel en face à face
- 13.30 – 17.00 (*pause de 15.00 à 15.15*)
 - Workshop en plénière avec les Représentants du Ministère
 - Exercices Media en groupe restreint





**Les relations medias :
une place stratégique
dans votre
communication**

Les Relations Medias : une opportunité pour vous

Les relations medias sont une **activité de promotion** (un outil de votre mix de communication) que vous pouvez utiliser pour **compléter** et **influencer les flux d'information existants** pour **renforcer l'image de votre organisation** envers un **public ciblé** ou **influençant un débat** en offrant un autre point de vue.



Les relations médias ont un effet multiplicateur

Stations Radio

Télévision

Sites internet
d'info

Magazines

Journaux

Revue
sponsorisées

Revue à public ciblé
et newsletters

Publications
officielles

Réseaux Sociaux/
Podcast / You
Tube...)



Préparation d'interview

Vos droits avant une interview

Refuser une interview

Savoir quand votre interview sera publiée ou diffusée

Etre édité équitablement et protester si ce n'est pas le cas

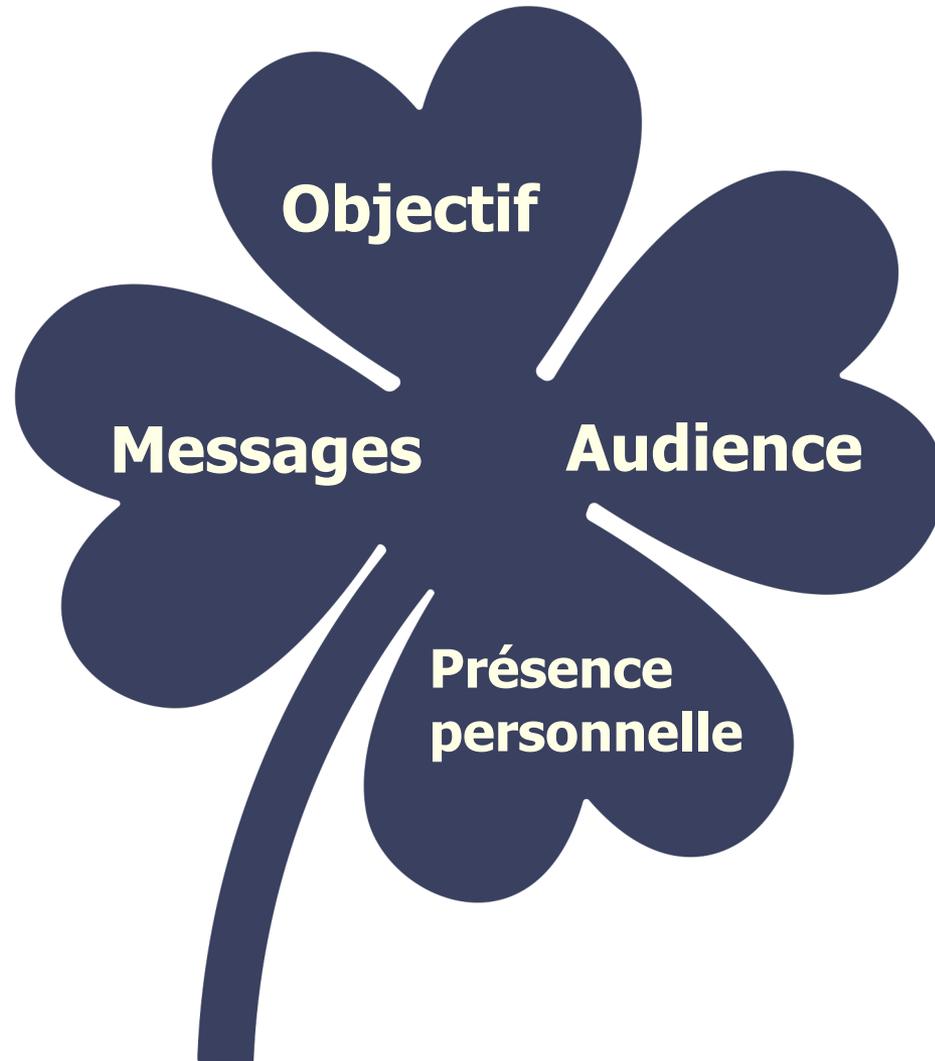
Connaître le sujet de l'interview et s'attendre à ce que le journaliste s'y tienne

Disposer de suffisamment de temps pour répondre aux questions du journaliste

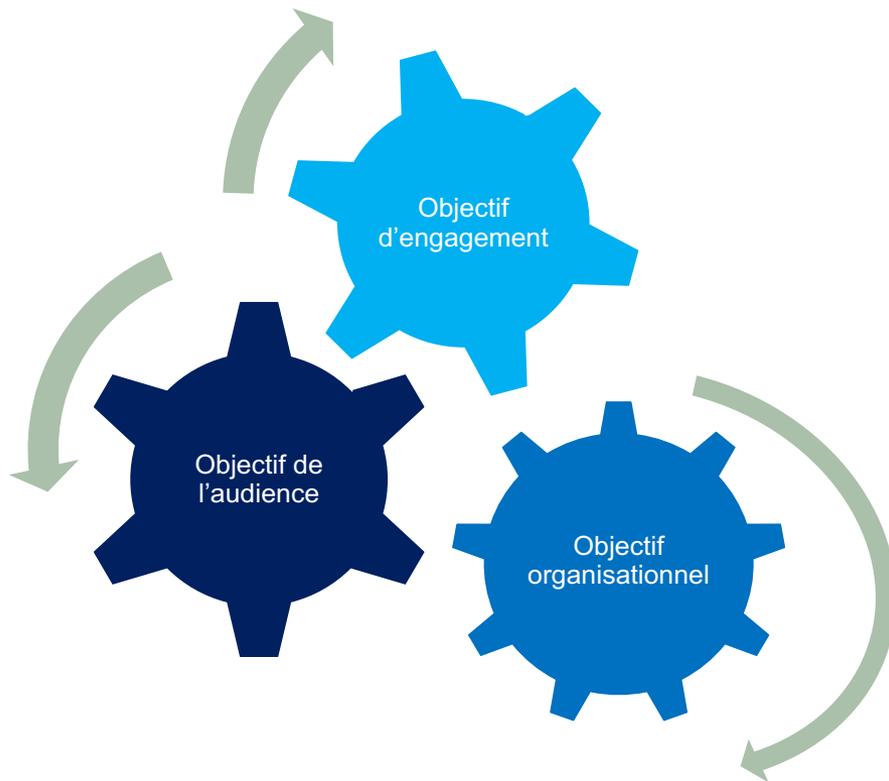
Vous avez le droit de



Le Trèfle de la Communication



Lier l'objectif de votre organisation à votre objectif de communication



1. Objectif organisationnel

A quoi ressemblerait un succès pour votre organisation ?

2. Objectif de communication

Que voulez-vous que votre audience sache, ressente ou fasse ?

3. Objectif d'engagement

Que voulez vous atteindre à la suite de cet engagement ?





Analyse de votre audience

Quelles sont les questions, attentes ou priorités de vos interlocuteurs lorsqu'ils vous contactent ?

Quels sentiments, impressions et émotions éprouvent-ils ?

Que pensent-ils de vous et de votre organisation ?

Comment vont-ils réagir à votre message ?





Elaborer une plate-forme de messages

Plate-forme de messages



Angle médiatique

Message global

Message clé

Message clé

Message clé

**Éléments de
preuve**

**Éléments de
preuve**

**Éléments de
preuve**

Phrases d'accroche

Pièges médiatiques, réponses

Soyez aimable, serviable, professionnel et décisif

Faites référence

- Je vous communiquerai le nom de notre responsable média
- Allez sur notre site web pour trouver le contact
- Vous trouverez plus en ligne
- Je reviendrai vers vous

Faites la transition

- Je peux témoigner de notre approche globale...
- En termes généraux...
- Ce que je peux dire...

Sans réponse

- Notre politique est de ne pas divulguer le contenu de nos réunions...
- L'affaire est toujours en cours...
- Je ne veux pas spéculer.
- C'est hors de mon domaine.

Ne répondez pas (poliment)

- Je ne sais pas
- Je vais m'informer puis revenir vers vous
- Merci de l'intérêt que vous portez, Malheureusement je ne peux rien ajouter pour le moment
- Je suis désolé, je ne vais pas pouvoir vous aider
- C'est trop tôt pour dire...

Obtenez une victoire visuelle :

Parlez à une allure normale; ne cachez pas votre visage ni obstruez la caméra; ne vous fâchez ni vous vexez pas; ne le prenez pas personnellement, n'argumentez pas; ne vous faites pas entrainer dans un interrogatoire.





Traiter les questions

Traiter les questions



Neutre
Curieuse
Positive

Répondez
Revenez au contenu /
messages



Difficile
Emotionnelle
Chargée

Reconnaissez
Répondez
Revenez au contenu /
messages



Hostile
Destructive
Rabaissant

Gérez



Question verte

Neutre, Curieuse, Positive

Question

Réponse



Revenez au
contenu/ messages

En même temps...
Et je tiens à souligner que...
Le message principal est...
Ce qui est important...
De plus...

Question orange

Difficile, émotionnelle, chargée

Question

Reconnaissez

Répondez



Revenez au
contenu/
messages

Merci...

C'est une question importante...

Merci de partager...

Cela nous tient à cœur...

Merci de soulever ce sujet...

Je sais que c'est important de...



Question rouge

Hostile, Destructive, Rabaisante

Question

Gérez

Laissez s'exprimer
Acceptez, n'approuvez pas
Confrontez
Décortiquez le sujet
Ouvrez une nouvelle voie
Trouvez un terrain
d'entente
Déléguiez au modérateur
Remerciez – puis passez à
autre chose

Laissez moi répondre à l'émotion dans votre réaction...

Merci de votre point de vue...

Vous avez un avis tranché à ce sujet...

Je ne pense pas que je pourrais vous convaincre...

Je voudrais revenir au sujet principal...

Je voudrais entendre l'avis des autres aussi...

La façon d'aborder le sujet...

Je suis désolé que vous le ressentiez de cette façon...

Vous avez le droit d'avoir votre avis...



The background features a series of curved, overlapping layers of color, transitioning from light yellow-green at the top to dark teal and blue at the bottom. The layers are thin and create a sense of depth and movement, resembling a stylized wave or a stack of paper.

La communication non verbale

Présence

Verbale, visuelle, vocale et outils virtuels

Présence verbale

- Messages
- Histoires et preuves
- Contenu créatif
- Langage puissant

Présence vocale

- Vitesse ou cadence
- Pauses
- Ton
- Articulation
- Variété vocale
- Voix (grave/aigue)
- Diction
- Volume
- Cadence
- Dialogue
- Plus d'énergie dans ma voix

Présence visuelle

- Gestuelle
- Posture
- Contact visuel
- Mouvement
- Expressions faciales
- Style et code vestimentaire
- Soigné et propre

Présence virtuelle

- Angle de caméra
- Utiliser le cadre entier
- Eclairage
- Microphone et qualité sonore
- Haut parleur ou casque
- Fond / espace
- Utilisation d'outils collaboratifs
- Evitez les mots de remplissage

