

Construire sa stratégie de relation avec la presse et les influenceurs

P R O M E O

Marketing - Communication

29/06/2026

Public et prérequis

Chargé de communication, responsable marketing

Bonne maîtrise des outils informatiques

Les objectifs

Comprendre le métier et les enjeux des relations presse

Mettre en œuvre une stratégie de relations presse efficace

Utiliser les outils des relations presse

Assurer le suivi et la mesure des retombées

Intégrer les influenceurs dans sa stratégie de communication

Les méthodes pédagogiques et d'encadrement

Alternance d'apports théoriques, de cas pratiques, et de mises en situation avec la presse

Techniques de Coaching

La formation est animée par des formateurs experts, validés par nos équipes pédagogiques et disposant de 5 à 10 années d'expérience dans leur domaine de compétences.

Validation et certification

Attestation de formation

Outils pédagogiques

Supports théoriques

Multiples cas pratiques et mises en situation

Outils et documents types

Contenu de la formation

Comprendre le métier et les enjeux des relations presse

Définir les relations presse et expliquer leur rôle dans la stratégie de communication actuelle.

Analyser les enjeux stratégiques associés à la visibilité médiatique.

Identifier les caractéristiques du paysage médiatique contemporain et cartographier les types de médias.

Déterminer les cibles médiatiques pertinentes en fonction de la stratégie de communication.

Planifier la préparation nécessaire avant le lancement d'une démarche RP.

Mettre en œuvre une stratégie de relations presse efficace

Segmenter et prioriser ses cibles médiatiques selon les messages à diffuser.

Construire un plan annuel de relations presse permettant d'anticiper les actions et de

RÉFÉRENCE

COMM0001

CENTRES DE FORMATION

Compiègne

DURÉE DE LA FORMATION

2 jours / 14 heures

ACCUEIL PSH

Formation ouverte aux personnes en situation de handicap. Moyens de compensation à étudier avec le référent handicap du centre concerné.

Les + Promeo

- 60 ans d'existence
- Une communauté de 3 100 alternantes
- 24 000 stagiaires formés par an
- 3 500 entreprises qui nous font confiance
- Un accompagnement personnalisé et un contact dédié
- L'expertise professionnelle de tous nos formateurs
- La diversité des diplômes sous accréditation par des partenaires de renom
- Une pédagogie active
- Des infrastructures technologiques et un environnement stimulant

gérer les imprévus.

Préparer les réponses aux questions sensibles et structurer les « dossiers chauds ».

Définir un process interne clair pour traiter efficacement les sollicitations des journalistes.

Coachier les porte-paroles afin de préparer leurs interviews.

Choisir les moments opportuns pour contacter les journalistes et optimiser les chances de diffusion.

Utiliser les outils des relations presse

Constituer et mettre à jour un fichier presse structuré.

Rechercher et qualifier des contacts journalistiques pertinents.

Créer une base de données fiable et entretenir des relations durables avec les journalistes.

Rédiger un communiqué structuré répondant aux règles professionnelles.

Sélectionner un angle pertinent et formuler un titre impactant.

Adapter le ton du communiqué aux attentes médiatiques.

Diffuser le communiqué à bon escient selon les pratiques du secteur.

Répondre efficacement aux besoins et sollicitations des journalistes

Organiser un dossier de presse en respectant les incontournables (structure, contenus, objectifs).

Actualiser régulièrement le dossier et planifier sa diffusion

Exploiter les principaux outils numériques des relations presse (LinkedIn, YouTube, Pinterest...).

Mettre en forme l'information sur différents supports multicanaux.

Optimiser la présence de l'entreprise sur le web en cohérence avec la stratégie RP.

Assurer une veille concurrentielle régulière pour ajuster sa stratégie.

Assurer le suivi et la mesure des retombées

Compiler les retombées presse obtenues.

Utiliser des outils de veille et de suivi des mentions médias.

Structurer une revue de presse lisible et exploitable.

Diffuser la revue de presse en interne/externe selon les objectifs.

Évaluer l'efficacité des actions RP grâce à des indicateurs pertinents

Intégrer les influenceurs dans sa stratégie de communication

Distinguer les rôles, valeurs et pratiques des blogueurs, journalistes et influenceurs.

Construire des relations adaptées avec les influenceurs selon leurs codes et motivations.

Adapter la posture professionnelle en passant de l'attaché de presse au community manager.

Intégrer les influenceurs dans une stratégie globale de relations publiques.

Modalité d'évaluation

L'évaluation des acquis est réalisée tout au long de la formation au travers des mises en situation et exercices proposés .