

# Intégrer les nouveaux outils numériques pour vos relations presse - RP 2.0



**DURÉE : 1 jour (7 heures)**

## OBJECTIFS DE CETTE FORMATION :

- Identifier les nouveaux leviers d'influence (Twitter, blogs ...)
- Maîtriser et intégrer les nouveaux outils numériques pour vos relations presse
- Apprendre à tirer profit des nouvelles pratiques de la presse en ligne
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie RP

## CONNAISSANCES PRÉALABLES POUR SUIVRE CETTE FORMATION :

- Avoir des connaissances de base de relations presse
- Connaître les principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter et LinkedIn)

## PROFIL DES PARTICIPANTS :

- Toute personne en charge de développer une stratégie de communication avec la presse, blogueurs.

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES DE CETTE FORMATION :

- 4 à 8 personnes maximum par cours, 1 poste de travail par stagiaire
- Remise d'une documentation pédagogique papier ou numérique pendant le stage
- Les méthodes seront essentiellement actives : études de cas, mises en situations, partages de pratiques et d'expérience.
- Les apports théoriques ou méthodologiques venant en éclairage des expériences.
- Les participants travailleront sur une campagne RP proposée par le formateur (identifier les médias pure player, utiliser les outils de veille autour de la marque, établir une stratégie de partenariat blogueur/influenceur autour d'une opération promotionnelle.
- Tout au long de la formation, ils capitaliseront leur réflexion personnelle à travers la construction de leur stratégie de relations presse 2.0 grâce aux réseaux sociaux.

## FORMATEUR DE CETTE FORMATION :

Consultant formateur expert en Digital

## MÉTHODES D'ÉVALUATION DES ACQUIS DE CETTE FORMATION :

- Évaluation permanente des acquis sous forme d'exercices de synthèses
- Document d'évaluation de satisfaction
- QCM d'évaluation des acquis de fin de formation ou tests pratiques
- Attestation de formation individuelle
- Attestation de fin de stage

## PROGRAMME DE LA FORMATION :

### Introduction

- Publics connectés et pratiques média
- Le phénomène de brand content
- La co-construction de contenus (UGC)

### Les nouvelles pratiques de la presse en ligne

- Nouveaux médias et nouveau journalisme : profils, pratiques, attentes, influence
- Partenariats blogueur/influenceur
- Stratégies de Buzz VS marketing viral
- Storytelling et nouveaux contenus (infographies, gifs, click-to-buy, livres blancs interactifs...)

### Piloter sa stratégie de RP grâce au web

- Définir sa cible et ses objectifs (visibilité, notoriété, leads...)
- Rédiger un communiqué orienté buzz marketing
- Inclure les réseaux sociaux dans la promotion de ses campagnes et événements presse
- Les espaces numériques dédiés aux journalistes : blogs, comptes réseaux sociaux dédiés...
- Tirer parti des newsletters et groupes de discussion
- Intégrer efficacement les réseaux sociaux dans la stratégie RP digitale
- Travailler avec les blogueurs et influenceurs
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie RP