



Parole en public et influence

- Relations médias
- Présentations convaincantes
- La synthèse à l'oral
- Rédaction de discours
- Influence et leadership

Relations avec les médias

Parlez et répondez aux journalistes avec confiance.
Passez un message convaincant auprès du public :
dossiers courants et situations de crise.

► Découvrez les dessous des médias

- L'entrevue à la radio et à la télévision.
- L'entretien de presse écrite.
- Distinguer les genres : nouvelles, dossier chaud ou affaires publiques.

► Travaillez avec - et non contre - les journalistes

- Découvrez leurs méthodes pour négocier une entrevue.
- Transformez l'obligation de répondre en opportunité.

► Préparez-vous à mener l'entrevue

- Identifiez les éléments médias de vos dossiers.
- Trouvez l'angle et le format de votre intervention.
- Ciblez, formulez et positionnez vos messages clés.
- Utilisez une technique performante pour canaliser vos idées, mener l'entrevue - sans vous faire déstabiliser.
- Trouvez les formules déclaratives appropriées.

► Répondez aux questions avec confiance

- Évitez les pièges : recadrez une question à votre avantage.
- Développez des stratégies pour contourner - ou esquiver - les questions difficiles ou tendancieuses.
- Gagnez du temps ; affirmez-vous sans devoir vous justifier.

► Faites-vous écouter

- Choisissez des mots et des tournures à la fois simples et dynamiques - donc convaincantes.
- Utilisez le langage concret - pour toucher le grand public.
- Exploitez votre voix : qu'elle traduise votre conviction.
- Maîtrisez vos messages visuels - gestes, regard, maintien, etc. - pour qu'ils « parlent » comme vous.

► Démontrez votre leadership

- Exploitez votre devoir de réserve ou de transparence.
- Combattez votre trac ; désamorcez les causes d'anxiété pour vous exprimer avec assurance.
- Démontrez votre disponibilité sans nervosité.

► Mises en situation d'entrevues filmées et analyse interactive :

- entrevue « surprise »
- entrevue « sellette »
- entrevue préparée pour la presse écrite, la radio et la télévision.

Préparation d'une simulation sur un cas réel pour chaque client : analyse du dossier, des enjeux et montage d'une entrevue au choix.

Traitement « médias » d'un dossier présenté par les clients.

Mise en pratique des techniques et entraînement.

Proposition d'entraînement personnalisé et conseils stratégiques.

Durée : 1 ou 2 journées, selon le degré d'approfondissement désiré

Clients : tout porte-parole - officiel ou désigné - qui doit maîtriser les techniques d'entrevue pour la télévision, la radio et la presse écrite.