

Optimiser et évaluer ses actions presse dans le secteur de l'IT

Public visé : Toute personne travaillant dans un service de presse ou de communication

Durée : 2 x 3,5 h

Prix : 800€ HT

Prérequis : connaître les médias et maîtriser les bases d'un communiqué de presse

Modalités : possibilité de formation à distance, un ou deux formateurs



Issue d'une formation en marketing d'entreprise, Aude Staub a travaillé dans la communication pour plusieurs acteurs de l'IT et les accompagne aujourd'hui dans la mise en place de leurs stratégies de Relations Publiques.

1. Définir une stratégie de relations avec les médias

- Pourquoi, quand, comment et sur quoi communiquer ?
- Établir des relations professionnelles de confiance
- Anticiper ses relations presse (plan annuel) et se libérer du temps pour une communication immédiate
- Gérer son fichier et le mettre à jour

2. Préparer et rédiger les supports pour la presse

- Rédiger de meilleurs communiqués de presse
- Intégrer les règles incontournables
- Identifier les nouvelles exigences
- Construire un dossier de presse efficace

3. Diffuser ses communiqués de presse

- Cibler les bons médias
- Être « source d'information » pour fidéliser les journalistes : créer des relations professionnelles de confiance
- Bonnes pratiques pour la diffusion de communiqués de presse

4. Mesurer les retombées de ses actions

- Mesurer les résultats d'une stratégie d'influence
- Analyser et booster vos retombées presse
- Intégrer les réseaux sociaux dans sa stratégie e-RP

5. Toolbox

- Bien utiliser son outil de veille RP
- Outils gratuits pour mettre en place sa veille
- Newsrooms & logiciels RP



Depuis que nous avons mis en place une stratégie RP avec Gtec, nous avons régulièrement des parutions dans la presse informatique et des médias transverses qui parlent à notre cible métier.

Erwan Baglione, ISILOG

