

# 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**

