

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



Aude Staub totalise plus de 10 ans d'expérience dans le marketing B2B



5 ans d'expérience dans le journalisme et les 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

