



## Objectifs

- Identifier les nouveaux leviers d'influence (Twitter, les blogs...)
- Connaître les outils pour analyser et prendre part aux conversations qui vous concernent
- Créer du contenu adapté à ces nouvelles pratiques
- Définir une stratégie de relation avec la presse
- Utiliser les principaux outils online et offline des relations presse

## Programme

### Pourquoi les médias sociaux sont-ils un levier ?

Rapide rappel des plateformes sociales et de leurs principes.

La révolution de la consommation de l'information.

Les médias, un secteur économique largement impacté par la révolution digitale.

### Les nouvelles pratiques des journalistes

Le on & le off : plus de frontière

Les 7 pratiques des journalistes 2.0

### Twitter et son usage RP 2.0

Twitter, c'est quoi ?

Des comptes Twitter dédiés aux RP 2.0

Etude de cas emblématiques

La production de contenu : rich media, brand content, storytelling, curation...

### Atelier d'écriture

#### Les us et coutumes des RP avec les blogueurs et autres e-influenceurs

Blogueurs VS journalistes : des valeurs différentes

Les relations avec les blogueurs : do & don't

Cas d'opération emblématique

Gérer les opinions négatives au long cours

### Atelier d'identification des e-influenceurs

Etudes de cas : proposer une action de RP 2.0

Par groupe, les stagiaires élaborent une stratégie de Relations Presse 2.0 autour d'un business case proposé par le formateur. Les business cases sont construits en fonction des profils des apprenants : secteur d'activité et métier – pour les mettre dans une situation la plus opérationnelle possible. La restitution est faite devant le groupe et commentée par le formateur.

### Conclusion : de l'attaché de presse au community manager

Nouvel écosystème marketing : l'émergence du Community Management

La nécessité d'entretenir le relationnel

Rappel des acquis de la journée

### Conclusion de la formation, évaluation et tour de table

## Prérequis de la formation

Connaissance minimum des réseaux sociaux / Avoir un compte Twitter

## À qui s'adresse cette formation ?

Des Directeurs de communication, des Chargés de communication, des Responsables des relations extérieures, des Responsables relations presse, des Attachés de presse, toutes les personnes qui travaillent dans les médias, et désirent comprendre le fonctionnement de leur univers 2.0.



Tarif : 980€ HT / pers.

Durée : 1 journée

Taille : 12 personnes maximum

Cette formation est aussi disponible en intra sur-mesure ou en "coaching"

**Pour connaître les dates de formation à venir ou vous inscrire à cette formation, Possibilité de création de nouvelles dates.**

[CLIQUEZ ICI](#)

contact@digitalacademy.fr

09 77 21 53 21