

TOURISME**Comment établir de bonnes relations avec les médias ?**

Objectifs : Augmenter le nombre et la qualité des retombées de sa communication.	<u>Personnes concernées :</u> Prestataires du tourisme.
PROGRAMME	Pré requis : Aucun.
<p>✚ Jour 1 : Définitions</p> <p>✚ MEDIA = notions de média</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ecrit, audiovisuel, Internet... ❖ Presse française /étrangère ❖ Presse nationale/régionale/locale/gratuite ❖ Presse grand public, spécialisée, professionnelle <p>✚ Mode de fonctionnement d'une rédaction</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Organisation d'une rédaction (presse écrite) ❖ Divers types de journalistes (pigistes, correspondants, chargés de rubriques, rédacteurs,...) ❖ Diverses notions techniques (bouclages, actus, ours,...) ❖ Les attentes des journalistes en termes de contenu <p>✚ Quelle stratégie adopter ?</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Quelle presse viser ? <ul style="list-style-type: none"> ➢ En fonction de l'importance de mon « produit » touristique, des événements créés ? ➢ En fonction de ma connaissance des media <p>✚ Jour 2 : Le plan d'actions</p> <p>✚ Calendrier d'actions :</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Vos événements, votre « produit » touristique, et les délais de bouclage et de réactivité des médias pour une meilleure efficacité <p>✚ Le traitement de l'information :</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Quel message ? contenu, ton, vocabulaire à employer ❖ Dossier et communiqué de presse : contenu, forme, volume, illustration <p>✚ Les actions complémentaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Relations publiques ❖ Eductour ou voyage de familiarisation et de découverte pour la presse <p>✚ Mesure des résultats obtenus et prospective :</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Press book, « argus » de la presse, stratégie de renouvellement et de fidélisation 	PEDAGOGIE <p>Le Formateur</p> <p>Professionnel du tourisme utilisant les dernières techniques pédagogiques.</p> <p>Moyens et pédagogie</p>  <p>Exposés théoriques. Ateliers d'entraînement de mise en situation. Cas pratiques vécus par le formateur</p>  <p>Débat avec le public. Analyse critique de documents.</p>  <p><u>Intra entreprise France entière et International.</u></p> <p>Tarif inter par personne</p> <p>2 jours</p> <p>Tarif : nous consulter</p> <p>Réf : HR088</p>

Groupe PROFORMALYS – 700 stages inter entreprises – partout en France

Tél. : 01 48 74 29 45 - Mail : contact@proformalys.com - Fax : 01 48 74 39 98
 Adresse : 5, rue Fénelon 75010 PARIS – Site Internet : www.action-formalys.com