



PRISE DE PAROLE FACE AUX MÉDIAS

Durée :

● 1 jour

Public :

● Dirigeants, managers,
porte-paroles

Prérequis :

● Aucun

Modalité :

● Intra-entreprise

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre le fonctionnement des médias et leurs contraintes spécifiques
- Préparer ses messages clés (key messages) avant toute prise de parole publique
- Répondre efficacement aux questions difficiles ou piégées des journalistes
- Gérer son image et la réputation de l'entreprise dans les médias

DÉROULÉ PÉDAGOGIQUE

01 COMPRENDRE LE MONDE MÉDIATIQUE

- Presse écrite, radio, TV, réseaux sociaux : spécificités et contraintes
- Comment travaillent les journalistes et ce qu'ils recherchent vraiment
- Les erreurs classiques des dirigeants face aux médias — exemples concrets

02 PRÉPARER SES MESSAGES

- Définir ses 3 messages clés : simple, mémorable, crédible et vérifiable
- La technique du pont (bridging) : revenir à son message malgré la question
- Gérer les questions piégées, provocantes, hors-sujet ou polémiques

03 SIMULATION D'INTERVIEW

- Entraînement filmé en conditions réelles de prise de parole médiatique
- Analyse et débriefing personnalisé de la performance vidéo
- Conseils personnalisés de media training et plan de progrès

MOYENS PÉDAGOGIQUES & ÉVALUATION

- Simulations d'interview filmées en conditions réelles
- Retranscription et analyse critique des prises de parole
- Formateur journaliste ou expert certifié media training

Évaluation de fin de stage — Simulation d'interview évaluée sur grille critériée + plan de progrès individuel

V1 — Avril 2026 — Document non contractuel, programme susceptible d'adaptation selon les besoins.