



Face à la presse

l'interview presse - radio - TV

Vous allez « donner » une interview à un journaliste de presse écrite, radio ou télé... S'adresser à la presse est parfois indispensable, mais jamais anodin. Or, il n'est pas toujours évident d'être à l'aise dans cette situation.

Parler à la presse ça s'apprend... les hommes politiques le savent bien. Pour allier performance et décontraction, vous allez vous préparer à faire face. Pour faire passer correctement votre message, mieux vaut connaître les règles du jeu et maîtriser le B.A-BA pour répondre aux questions inattendues ou embarrassantes...

OBJECTIFS

-  Préparer et structurer son argumentaire
-  Exploiter au mieux le fond et la forme de l'interview
-  Répondre aux questions du journaliste
-  Faire face à toute sorte de situation, une interview peut être délicate en situation de crise
-  Avoir une démarche de communication bienveillante et assertive
-  Donner à l'interviewer comme à l'interviewé les moyens de s'exprimer sans langue de bois

PROGRAMME

Préparer son interview en amont

Comment accrocher le lecteur, auditeur, téléspectateur ?

Relation avec le journaliste

Comment gérer une interview exclusive avec un média ?

Comment obtenir du journaliste la non-déformation de ses propos ?

Comment éviter les pièges ?

Comprendre l'intérêt du journaliste en se mettant à sa place : C'est bien connu, les journalistes ne s'intéressent pas aux trains qui arrivent à l'heure !!! Mais tous les journalistes ne recherchent pas le scoop, l'info qui fait vendre ou bien encore le racolage. Connaître le journaliste, connaître ses intentions, connaître son média, voilà les bases pour bien démarrer une interview en confiance.

Travailler en effet miroir pour comprendre ainsi les besoins de son interlocuteur.

Maîtriser son trac

Il est tout à fait normal de ressentir du trac ou du stress avant d'être interviewé ou de prendre la parole en public. Sans les effacer (ils s'estomperont au fur et à mesure de l'interview), il s'agira tout de même de contrôler ces facteurs et de s'en servir pour se recentrer, se détendre, répéter et donner ainsi le meilleur de soi-même.

Travail sur la posture

L'interviewé devra aussi maîtriser son tempo, sa voix, adapter le ton adéquat lors de l'entretien. Des exercices pratiques (respiration, élocution, posture) seront proposés sur ce temps pour travailler la prise de parole mais également réutilisables dans la vie de tous les jours.

Etre acteur de sa communication

Même si on a l'impression de « subir » les questionnements des journalistes, il est possible de structurer son discours en le préparant en amont, et « reprendre la main » si besoin. Il s'agit donc de définir un angle dans les propos qui doivent être transmis :

- l'interviewé doit préparer un discours clair, percutant en soignant les points clés ;
- il ne doit pas s'enfermer dans un tête-à-tête avec le journaliste mais penser constamment à son auditoire. Le questionnement systématique, la pyramide inversée, sont des outils aidant à la communication d'un sujet, événement...

Positiver son intervention via la démarche assertive

L'assertivité (assertiveness) est un concept de la première moitié du XXe siècle introduit par le psychologue new-yorkais Andrew Salter désignant la capacité à s'exprimer et à défendre ses droits sans empiéter sur ceux des autres. L'assertivité suppose :

- l'humilité (je peux me tromper, j'apprends de mes erreurs) ;
- le sens de la mesure, de la réplique, du dialogue, de la négociation

+ OPTION

En intra-muros, nous pouvons vous proposer une option pour un entraînement à appréhender le micro et l'enregistrement audio. Un studio radio sera utilisé comme outil pédagogique : il a pour but de rassurer lors de la réécoute et comprendre ainsi la différence entre ce que l'on ressent et ce que les autres perçoivent. C'est également un outil ludique permettant d'enlever une partie de l'appréhension pouvant survenir en amont. Les enregistrements sont effacés en fin de formation. Cette technique nécessitant un matériel de studio mobile est à 150 € en plus du coût pédagogique.

DUREE

1 jour

PUBLIC

Toutes personnes pouvant s'exprimer au nom de son entreprise que ce soit pour communiquer une position ou donner une information importante.

Toutes personnes devant communiquer face à la presse (homme politique, etc.)

Pré REQUIS

Aucun

EVALUATION

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire.
Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.

PEDAGOGIE

Apports théoriques mais surtout pratiques :
Mise en condition devant un journaliste.
Mise en situations concrètes : les exercices de simulations seront proposés en lien avec l'environnement professionnel des participants et de retours de situations déjà vécues.

INTERVENANTS

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier :
sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonomiste, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc...

TARIFS

Inter-entreprises à Paris
Intra-muros en France entière
cliquez ici pour consulter sur notre site internet le calendrier et les tarifs

Vidéo de présentation

