

Communication :
des formations
pour être vu,
lu et entendu

DES FORMATIONS EN INTRA OU EXTRA ENTREPRISE

S'adapter à tous les demandes et à tous les besoins d'une entreprise est l'une des grandes forces des formateurs qui travaillent avec Ecritéo. En organisant ces formations dans nos locaux ou dans ceux de votre société, nous travaillons toujours en respectant les cultures d'entreprise et en nous adaptant aux besoins de celles et ceux qui nous font confiance.

Les formations d'Ecrito s'organisent selon plusieurs formules : par session d'une journée organisées à Paris à des dates fixes ou, à la demande, en entreprise (sur devis), dans nos locaux ou dans les vôtres, par petits groupes de 10 personnes maximum. Les formations en entreprise permettent de garantir que tous les collaborateurs de la société disposent des mêmes données et d'une perception identique du sujet traité. En collaboration avec vos services internes, votre DRH ou vos consultants spécialisés, nous adaptons les formations en entreprise aux problématiques concrètes rencontrées par les stagiaires dans leurs fonctions.

Toutes ces formations sont associées à des documents de travail remis en PDF aux stagiaires. Chacun d'entre eux peut ainsi poursuivre, ou retrouver, la formation en s'inspirant des grandes lignes exposées par nos spécialistes. De plus, en toute transparence, les stagiaires peuvent communiquer, dans le mois qui suit la session, par téléphone ou par mail, avec leur formateur pour personnaliser une demande, comprendre un besoin et le régler.





COMMUNICATION : DES FORMATIONS POUR ÊTRE VU, LU ET ENTENDU

Bien communiquer est l'une des clés essentielles pour évoluer et progresser dans l'entreprise comme à l'extérieur de la société. Parler avec aisance, gérer des crises, se faire comprendre par la presse et rédiger clairement permettent d'optimiser sa carrière. Mais pour mieux développer ses atouts, il est aujourd'hui indispensable d'apprendre à utiliser tous les moyens de la communication moderne, multimédia.

Apprendre à s'exprimer en public est un élément indispensable pour convaincre, à tous les niveaux de fonction. Savoir présenter ses arguments, les détailler, les justifier permet de faire face à toutes les situations, d'éviter la panique, d'intervenir posément dans une réunion comme sur une scène pour une convention d'entreprise. Cette **prise de parole en public**, l'une de nos formations, se complète d'un **apprentissage du PowerPoint** qui doit aller au-delà de la présentation de grandes phrases alignées sans relief pour accompagner votre propos, faire vivre votre intervention et soutenir l'attention. Vous pourrez aussi apprendre à **Ecrire pour le web**, avec une recherche de mot clés et un contenu de qualité qui favorisent le référencement.

A fortiori, **dialoguer avec les journalistes** est un plus pour représenter son employeur ou sa fonction. Presse grand public ou presse professionnelle, chacune a des besoins et des exigences auxquelles il est indispensable de répondre pour faire passer les messages. Maîtriser les clés de ce dialogue, c'est mettre les atouts de son côté pour mieux communiquer. Et pour aller dans le détail, un **apprentissage de l'interview**, radio ou télévisée, vous permettra de faire face à toutes les situations, y compris la **communication en cas de crise**, une situation très particulière mais pas si rare que cela.

Mais au fait, quel message passer, à quel moment, et toutes les ressources de l'entreprise sont-elles bien utilisées pour les nombreux ressorts de la communication moderne ? Le **Média Managing** permet d'apprendre à gérer ses ressources, pour mieux les valoriser.

Composée d'une équipe de journalistes aguerris, formés aux techniques de la presse écrite, audiovisuelle et internet, Ecritéo met son savoir-faire professionnel au service des formations dans l'entreprise.

Les formations organisées par Ecritéo sont ouvertes au DIF (Droit Individuel à la Formation). Notre agrément comme organisme de formation par la Préfecture de Police de Paris garantit un suivi de la qualité des formations et un prix étudié, dispensé de TVA.





UNE COMMUNICATION MAÎTRISÉE

► Comment bien utiliser le PowerPoint

Devenu l'outil de présentation par excellence, le PowerPoint a perdu de sa force et de son attractivité faute d'être manié autour d'une stratégie de communication réfléchie. Devenu tableau noir, il est souvent lassant, sans intérêt, peu précis et sans surprise. Autant de défauts qui le rende peu apprécié dans les présentations magistrales. Pourtant, un bon PowerPoint a une force de persuasion que peu d'autres outils possèdent. On dit souvent qu'une image vaut cent mots même si parfois un mot est la base de 100 images.

Comment mettre en œuvre un PowerPoint percutant ? Quelles sont les erreurs à éviter ? Comment structurer et développer ses idées ? Comment travailler le message dans le fond et la forme ? Pourquoi structurer sa pensée ? Comment la retranscrire en "slides" percutantes et efficaces ? Voilà, entre autres, quelques uns des points essentiels qui seront développés au cours de cette formation.

Les principaux modules de la formation :

- Rédiger et appréhender le besoin
- Structurer le message, le réduire pour l'imposer
- Surprendre et étonner, les deux règles d'or
- Apprendre à montrer et démontrer... pas à lire
- Savoir associer la voix et l'image

► Ecrire pour le web

Ecrire pour le web est très différent de ce qui se fait pour la presse traditionnelle. La lisibilité, la perception des en-têtes, la gestion prioritaire des données et la hiérarchie de l'information sont totalement bousculés.

L'écriture « web » doit répondre à des attentes éditoriales fortement travaillées en amont et très dépendantes du lecteur visé. La précision du message est essentielle mais doit également répondre à des préoccupations de référencement et de « mots clés » destinés à améliorer la visibilité du site et sa lecture par les moteurs de recherche.

Les modules de cette formation :

- Toutes les différences d'écriture en fonction du but à atteindre : alimenter son site, être adapté ou recopier.
- Construire un contenu structuré et logique pour le web en intégrant les éléments de référence naturel (du ou des mots clés à la numérique des lignes)
- Travailler ses attaques éditoriales et construire sa recherche d'illustrations

Basée sur une série d'exercices très pratiques, cette formation insiste sur les éléments essentiels à la rédaction de textes destinés à être envoyés sur le net ou utilisés sur son site.

LE MÉDIA TRAINING

La prise de parole en public

Souvent considérée comme difficile, la prise de parole en public passe, entre autres, par l'application de petites astuces simples qui facilitent l'exercice. Où et comment porter son regard ? Comment intéresser le public ? Comment gérer ses fiches, son temps, ses relances ? Comment s'intégrer dans une présentation générique ? Cette formation est construite autour des grandes techniques de l'expression orale.

Les principaux modules de la formation :

- Définir la nature « orale » du message à véhiculer
- Les limites de sa propre expression orale. Etre soi-même et jouer sur ce que l'on est pour exprimer ses limites
- La gestion des contenus et du temps
- Regards et gestes : la bouteille et le verre d'eau !
- Eviter la dictature du power-point
- Formuler une présentation simple et claire
- Vaincre sa peur et le regard des autres
- S'exprimer en fonction de l'heure
- Eviter les errances orales et les répétitions
- Les trucs et astuces pour éviter toute déstabilisation.

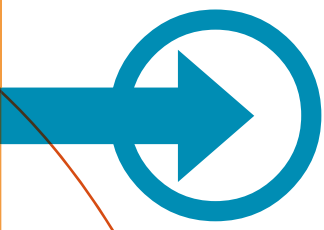
Cette formation s'appuie sur un ensemble de travaux pratiques qui permettent de définir, en fonction de son entreprise, les topologies courantes d'expression orale (presse, institutionnelle, affaires).

Les formations en pratique

- Durée : huit heures
- Suivi téléphonique assuré jusqu'à la première prestation
- Stage assuré sur Paris et région parisienne
- Formation en province (frais de déplacement en sus, salle de formation à fournir avec les équipements suivants : paper-board, vidéo projecteur)
- A fournir avant la formation : dossier de présentation de l'entreprise, communiqués de presse, coupures de presse.

Contenu détaillé et tarif sur demande à partir de 650 € la journée par stagiaire. Ces formations peuvent s'organiser en interne entreprise ou en formation one-to-one, pour le top management par exemple.

Plus d'informations : info@ecriteo.com



► Apprendre à dialoguer avec les journalistes !

On l'imagine facile et pourtant, l'interview pour la presse écrite, la radio ou la télévision réserve bien des surprises. Loin de la pression du direct, de l'exigence de l'expression orale ou corporelle chère aux médias audiovisuels, elle nécessite un véritable savoir-faire qui ne se résume pas au simple « bagout ».

Comment assurer une interview percutante ? Comment être certain d'être repris ? Comment éviter les fausses « bonnes idées » pour aller à l'essentiel ? Comment structurer son message pour le rendre plus efficace, mieux compris par le journaliste ?

Les principaux modules de formation :

- Comprendre la structure de la presse française, ses besoins éditoriaux et techniques
- Préparer l'interview téléphonique, différente de l'ITW directe
- Définir le message à faire passer au moment de l'ITW
- Formuler une présentation simple et claire de l'actualité (préparer les référents, intégrer les délais de parution)
- Se mettre à la place du lecteur sans chercher à imposer sa vision
- Le travail par fiches, par segments, pour répondre aux attentes du journaliste.

► La maîtrise du débat ou de l'interview radio

Par principe, l'intervention « radio » est déstabilisante car elle impose une vigilance soutenue et une synthèse quasi-instantanée des informations qui sont échangées. Souvent, le débat ou l'interview radio se focalisent sur les failles pressenties par le journaliste chez les participants. Le passage à la radio, pour être réussi, ne doit pas être consensuel mais doit démontrer la justesse des informations et des propos présentés.

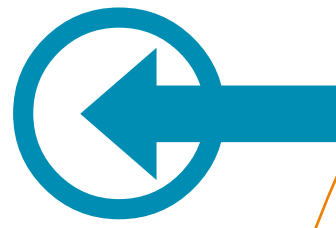
Comment préparer un débat ? Se positionner face aux autres intervenants ? Apparaître positif et créatif ? Présenter aux mieux ses idées ?

Comment gérer son temps de parole tout en laissant s'exprimer les autres interlocuteurs ?

Les principaux modules de la formation :

- Structurer son information (synthétiser ce que l'on veut dire, ce que l'auditeur devra retenir, ce que l'on représente)
- Gérer le contenu du message par des phrases courtes et percutantes
- Le choix de mots : de la simplicité à l'efficacité !
- Déterminer les exemples pour appuyer sa démonstration
- Placer et positionner sa voix.

Cette formation est composée d'exercices pratiques (simulation d'interviews, corrections à chaud, recherche des référents de base...).



► La maîtrise du débat ou de l'interview télévisée

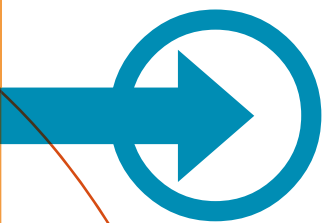
La télévision est actuellement le meilleur support de grande diffusion des informations. Son format est précis : temps limité, expression directe des idées à faire passer et nécessité absolue d'être clair et didactique ! La télévision privilégie la forme plus que le fond. Mais attention, cela ne veut pas dire que n'importe quel comédien peut tirer son épingle du jeu. Cette métaphore explique à elle seule les enjeux : être attaquant mais sans agressivité, précis sans ennuyer, clair sans lasser. Trois composantes de cette formation qui associent les règles de base de la gestuelle devant une caméra à la maîtrise de la voix et du corps. Le tout en parfaite adéquation avec son image extérieure !

Les principaux modules de cette formation :

- Présentation de l'univers télévisuel.
- Le rendez vous téléphonique de préparation : comprendre les enjeux du rendez vous.
- Définir son message, préparer ses phrases clé.
- Assumer son image, apprendre à « être » devant une caméra.
- Préparer les phrases percutantes, utiliser l'humour, être précis.
- Faire court, les techniques des phrases d'accroche.
- Apprendre à jouer du regard, des épaules, de la main.
- Travailler la voix, vecteur clé du passage télé.
- Le choix vestimentaire et l'image associée à son intervention.
- Savoir appuyer et comparer sur les points forts de l'information diffusée.

Basée sur une série d'exercices très pratiques, face caméra, cette formation appuie sur les éléments essentiels d'un passage télé réussi : être percutant, compris et repris. Une quinzaine de minutes est consacrée à l'intervention en période de crise.





► Gérer la crise

Désormais intégrée à la vie d'une entreprise, publique ou privée, la crise est un moment difficile à évoquer et à traiter dans la presse. Si l'on regarde l'historique des grandes crises, on constate que ce sont les premières heures qui sont les plus dangereuses et les plus cruciales en matière de communication. Réagir ne veut pas dire cacher ou occulter. Réagir, c'est collecter les informations pour les hiérarchiser avant de les commenter. Seuls les faits peuvent éteindre la crise.

Pour juguler la crise, il faut de l'organisation et une rigueur dans le traitement des informations de base. Ce stage aborde le principe des « carrés », bien délimités entre eux et d'une logique imparable en matière de communication de crise.

Les modules :

- Quand commence la crise ? Quels sont les éléments qui permettent de juger que l'entreprise est en crise ?
- Gérer les premières heures de la crise par la mise en place d'une cellule de veille « des médias réactifs (radio/télé) ».
- Qui doit parler ? Déterminer sa chaîne de communication, évaluer le poids et la crédibilité des interlocuteurs. Former les intervenants à la situation de crise.
- Comment et avec quelles informations répondre aux attaques, aux critiques, aux demandes d'informations complémentaires ? Trouver l'expertise médiatique, démontrer, prouver, diffuser !
- Gérer les médias pendant la crise.
- Préparer sa médiathèque, gérer les documents de présentation à diffuser lors de la crise.

Cette formation apprend également à créer en amont les cellules de crise qui interviendront à chaud. C'est l'approche du déterminisme de crise, de la gestion des images, de la protection immédiate de l'entreprise (marque ou activité). Dans une démarche pratique, ce stage permet d'établir avec le formateur le cahier des charges de la communication de crise dans son entreprise.



LE MEDIA MANAGING

APPRENDRE À MIEUX CONNAÎTRE LES RESSOURCES MÉDIATIQUES DE SON ENTREPRISE.

Totalement intégrée à la vie professionnelle, la communication vers les médias (presse écrite, télé, radio ou internet), est vitale pour l'image de l'entreprise et son bon développement. Pourtant, un sondage Gallup, réalisé aux Etats-Unis en 2010, démontre qu'une société ne connaît que 10 à 20% de sa richesse médiatique. Pire, selon les experts de cet institut : « L'entreprise ne communique souvent que sur des points déjà connus ou appréhendés par les médias et se refuse à aller plus loin dans la fourniture d'informations qui apparaissent anodines en interne et qui, pourtant, feraient d'excellents sujets dans la presse... ».

- Mais comment juger de la qualité de l'information à diffuser ?
- Comment être sûr qu'elle présentera un intérêt assez fort et qu'elle parviendra au bon moment pour engendrer une citation ?
- Comment faire le tri de tout ce qui peut être médiatisé dans l'entreprise ?
- A qui, en fonction de l'information, adresser une liste de sujets potentiels ?
- Comment réussir le mariage parfait entre les médias et sa société ?

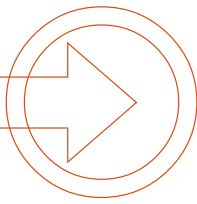
Le Média Managing permet d'apprendre à gérer ses ressources, à réaliser la collecte d'informations présentes et exploitables au sein de l'entreprise et à leur mise en forme éditoriale, précise et rigoureuse.

Les domaines d'intervention d'Ecritéo

Ecritéo propose deux formules d'intervention dans l'univers du Média Managing :

- **La réalisation complète des enquêtes éditoriales** et le suivi du traitement journalistique pour créer une bible d'intervention utilisable par les services « communication » ou « presse » de l'entreprise. Dans ce cadre, nous mettons à disposition de l'entreprise, sur une durée prédéterminée (en fonction des sites et des technologies employées) un ou deux journalistes d'entreprise dont la formation professionnelle se veut au plus près des activités du client. La base de données « sujets » ainsi réalisée pourra être proposée à la presse, avec éventuellement la suggestion d'un calendrier de diffusion. Outre le thème de l'information, l'illustration (photographie, sonore ou vidéo) est recherchée et mise en valeur.
- **Des stages de formation spécialisés** destinés aux responsables de communication ou de presse (voire aux dirigeants de sites décentralisés) pour leur permettre d'intégrer les techniques de Média Managing dans leurs activités quotidiennes. Ces stages se déroulent dans l'entreprise pour des groupes de 2 à 3 personnes. Un document de travail est remis à l'issue de la formation. Un suivi et une aide par téléphone complètent la formation.

L'ampleur et la nature de l'intervention de nos équipes déterminent le coût d'une telle intervention, réalisée sur devis. Parce que l'information a désormais une valeur économique, le Média Managing est sécurisé par un contrat de confidentialité entre Ecritéo et l'entreprise.



INFORMATIONS PRATIQUES : CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Les formations d'Ecriteo sont délivrées après mise en place d'une Convention qui définit les droits et obligations du stagiaire, de son entreprise et de l'organisme de formation.

ARTICLE 1 : RAPPEL DES OBJECTIFS DE LA CONVENTION

Les formations proposées par Ecriteo bénéficient de l'agrément de son éditeur Ecriteo comme organisme de formation (Déclaration d'activité de formations enregistrée sous le n° 11 75 46031 75 auprès du préfet de région d'Ile-de-France). Elles ont été établies dans le respect des catégories prévues à l'article L.6313-1 de la sixième partie du Code du travail.

En application de l'article L. 6353-1 du Code du travail, les actions de formation professionnelle mentionnées à l'article L. 6313-1 du Code du travail doivent être réalisées conformément à un programme préétabli qui, en fonction d'objectifs déterminés, précise les moyens pédagogiques, techniques et d'encadrement mis en œuvre ainsi que les moyens permettant de suivre son exécution et d'en apprécier les résultats.

A chaque mise en place de session de formation, l'organisateur de la formation et l'entreprise qui envoie un stagiaire signent une convention définissant les horaires, le programme et les obligations de l'organisme de formation et de l'entreprise signataire. En exécution de cette convention, l'organisme Ecriteo s'engage à organiser la formation concernée aux dates indiquées. Le lieu précis de la formation sera communiqué dans le mail de convocation adressé aux participants, 15 jours avant le début de la formation. Ecriteo tient à la disposition des stagiaires une liste d'hôtels disponibles à proximité du lieu de formation.

Le formateur se réserve le droit d'utiliser tous les supports utiles pour assurer le contenu de sa formation. Un résumé de la formation sera adressé par voie numérique aux participants. A l'issue de la formation, un document justifiant du suivi de la formation, sera remis à chacun des participants.

ARTICLE 2 : DISPOSITIONS FINANCIÈRES

Le client, en contrepartie des actions de formation réalisées, s'engage à verser à l'organisme formateur le montant convenu sur la convention et correspondant aux frais de formation. Cette somme sera à régler, dans le respect des règles fiscales et comptables, à Ecriteo - 188 bis bd Péreire - 75017 Paris - cte@ecriteo.com

L'organisme de formation, en contrepartie des sommes reçues, s'engage à réaliser toutes les actions prévues dans le cadre de la présente convention ainsi qu'à fournir tout document et pièce de nature à justifier la réalité et la validité des dépenses de formation engagées à ce titre.

En cas de prise en charge par un organisme de formation externe à l'entreprise, les noms et adresses des organismes payeurs devront être communiqués à Ecriteo - 188 bis bd Péreire - 75017 Paris - cte@ecriteo.com

ARTICLE 3 : DÉBIT OU ABANDON

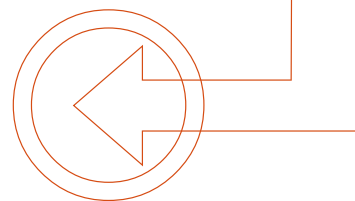
En cas de résiliation de la présente convention par le client à moins de 20 jours francs avant le début d'une des actions mentionnées à l'annexe, l'organisme retiendra sur le coût total, les sommes qu'il aura réellement dépensées ou engagées pour la réalisation de l'action.

En cas de modification unilatérale par l'organisme de formation de l'un des éléments fixés à l'article 1, le client se réserve le droit de mettre fin à la présente convention. Le délai d'annulation étant toutefois limité à 5 jours francs avant la date prévue de commencement de l'une des actions mentionnées à la présente convention, il sera, dans ce cas, procédé à une résorption anticipée de la convention.

ARTICLE 4 : DIFFÉRENDS ÉVENTUELS

Si une contestation ou un différend ne peuvent être réglés à l'amiable, le Tribunal de Paris sera seul compétent pour se prononcer sur le litige.

ILS FONT CONFIANCE A ECRITEO



- ▶ ACCOR LOGISTIQUE,
- ▶ AFAT VOYAGES,
- ▶ AIR FRANCE,
- ▶ AIRPLUS,
- ▶ AMERICAN EXPRESS VOYAGE D'AFFAIRES,
- ▶ ASSIMIL,
- ▶ BCD TRAVEL,
- ▶ CARAT TVMI,
- ▶ CATHAY PACIFIC,
- ▶ CARLSON WAGONLIT TRAVEL,
- ▶ DHL,
- ▶ DRIRE ILE DE FRANCE,
- ▶ EDF-GDF,
- ▶ EMIRATES,
- ▶ FERRERO,
- ▶ GBTA,
- ▶ HOTEL.INFO,
- ▶ IATA,
- ▶ JETBOX,
- ▶ L'ORÉAL,
- ▶ LA CHAMBRE NATIONALE DES HUISSIERS DE JUSTICE,
- ▶ LE CONSEIL GÉNÉRAL DES LANDES,
- ▶ LES PORTS DE NICE,
- ▶ LUFTHANSA,
- ▶ MAISON DE LA FRANCE,
- ▶ MBA INSTITUTE,
- ▶ NOVOTEL,
- ▶ OFFICE DU TOURISME DE BRIVE,
- ▶ OKARANGA,
- ▶ ORANGE,
- ▶ PRO BTP,
- ▶ PUBLICIS DIALOG,
- ▶ RAPP COLLINS,
- ▶ REGARDS INTERNATIONAL,
- ▶ RENAULT,
- ▶ SÉGÉCÉ,
- ▶ SELECTOUR,
- ▶ SOL MELIA,
- ▶ TARKET-SOMMER

RÉALISATION : AGENCE ECRITÉO

Tél. : +33 9 51 89 40 85

CRÉDIT PHOTOS :

Farina3000 • FOTOLIA • iSTOCK • IvicaNS • MURILLO Aldo • Picsfive • Rido • SHIRONOSOV Dmitry • Svort • Wellphoto



**Organisme de formation agréé,
dispensé de TVA**

*(Déclaration d'activité de formations enregistrée sous le n° 11 75 46031 75
auprès du préfet de région d'Ile-de-France)*

**188 bis bd Péreire - 75017 Paris
Tél. : +33 9 51 89 40 85**

info@ecriteo.com

SIRET 500 510 342 00016 RCS Paris