

MEDIA TRAINING & PAROLE EN PUBLIC

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

1. Repérer les étapes d'une interview et Structurer son propos
2. Repérer les différents types de prise de parole
3. Utiliser le langage verbale et non verbale (voix , posture et gestuelle)
4. Repérer les règles pour intervenir dans une réunion, et prendre la parole face à un groupe.
5. Répondre aux journalistes en gérant ses émotions
6. Communiquer en situation de crise

MODULE 4 JOURS





MEDIA TRAINING & Parole en Public

PÉDAGOGIE UTILISÉE

1. Entraînement intensif avec approche pratico-pratique et illustration de votre propre projet.
Entraînement à l'oral, Préparer ses arguments, construire son discours
Entraînement audio, vidéo, écrits, réseaux sociaux...
2. Analyse de pratique. Et Axe d'amélioration
3. Quizz de fin de formation.
4. Fiche mémos

PUBLIC et PRÉ-REQUIS

1. Pas de pré-requis
2. Joueurs/Joueuses
3. Président de club
4. Manager sportif et Responsable communication

MODALITÉS DE LA FORMATION

- Classe en virtuel et présentiel : 42h
- Formation inter entreprise
- Maximum 15 stagiaires par session

DURÉE DE LA FORMATION

- 28H de formation par module de 14 h dans un délai de 2 mois
- Dans le cas de la formation en visioconférence mise en place d'une alternance par demi-journée

SUPPORTS & RESSOURCES

1. Support pédagogique projeté au tableau ou à l'écran pendant la formation
2. Partage de support en version informatique
3. Exposé animé - Exemple de communication à succès
4. Guide des bonnes pratiques
5. Alternance théorique et de mise en pratique opérationnelle
6. Questionnaire d'évaluation avant et après la formation par participant
7. Recueil des besoins avant la formation :
<https://adjanformation.learnbox.com/sondages/inscription/evaluation-avant-la-formation/>

Tarif : 1120€/personne

DURÉE : 4 JOURS
Nombre d'heures : 28h



MEDIA TRAINING & Prise de parole en public

ITINÉRAIRES PÉDAGOGIQUES

Module 1 : Préparer ses interventions pour les optimiser

- L'importance de la préparation. Repérer les interlocuteurs et définir les objectifs
Méthodes pour trouver, ordonner et enrichir ses idées en allant à l'essentiel
Thèmes majeurs et choix des mots forts du message
Le raisonnement logique du plan. Soigner l'introduction et la conclusion
Repérer les éventuelles objections et préparer les réponses
Se préparer physiquement et mentalement à la prise de parole

Module 2 : Les outils de la prise de parole

L'importance du non-verbal : l'expression corporelle et l'utilisation de l'espace
La nécessaire cohérence entre verbal et non-verbal : savoir adapter sa communication
Respirer (souffle, sons, voix).
Gérer le regard : regarder et être regardé
Gérer et ajuster sa voix (ton, volume, débit, rythme, articulation)
S'appuyer sur ses notes tout en suscitant l'attention. Attitudes et expressions à éviter

Module 3: Gérer son auditoire

Se mobiliser physiquement. S'adapter aux circonstances (lieu, public, etc)
Développer des attitudes d'écoute. Savoir mesurer et renforcer l'intérêt de son public
Savoir gérer les silences : utilité, durée, impact pour soi et pour le public
Préparer et susciter les échanges : écouter, questionner, reformuler, relancer
Répondre aux questions posées : être précis et concis

Module 4 : Connaître les attentes des médias.

Les différents médias et les types d'interview (radio, TV, téléphone, en direct ou en différé)
Leurs caractéristiques respectives : spécificités, montages, lieu, contraintes Pièges, précautions indispensables, trucs et astuces selon le type d'interview
Faire face à une situation inattendue
Répondre à la contradiction, aux réactions négatives, à l'agressivité
Vaincre ses défaillances : trous de mémoire, erreurs, lapsus
Canaliser et maîtriser les échanges

Module 5 Communiquer en situation de crise.

Identifier la crise : Communiquer en situation de crise, comment, pourquoi ?
Anticiper la crise : Mettre en place une organisation, des outils et élaborer une stratégie de communication.
La crise en interne, en externe.
Communiquer avec les journalistes : que veulent-ils ? Qui sont-ils ? Comment travaillent-ils ? :
Travailler sur la cellule de crise : qui va parler à la presse ?
Faire face à la crise : comment agir et réagir ?
Limiter l'impact d'une crise : Gérer l'après-crise.
Préparer ses arguments, construire son discours : Entraînement audio, vidéo, écrits, réseaux sociaux...

Tarif : 1120€/personne

DURÉE : 4 JOURS
Nombre d'heures : 28h



 **ADJAN**
FORMATION

Adrien Jannel

adrien@adjanconsulting.fr

03 72 60 60 31

www.adjanconsulting.fr