

# Formation : Le storytelling appliqué aux relations presse

**Propulser son impact médiatique**

**Formation pratique - 1j - 7h00 - Réf. STR**

**Prix : 890 CHF H.T.**

Cette formation vous permettra d'acquérir une compréhension approfondie des techniques narratives et de les appliquer efficacement pour renforcer votre communication médiatique. À travers des exercices pratiques, vous pourrez développer votre capacité à créer des récits percutants afin de capter l'attention des médias et du public. Ainsi, vous serez en mesure d'améliorer votre visibilité médiatique et pourrez renforcer l'impact de vos messages de presse grâce à une approche stratégique du storytelling.

## Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Appréhender l'intérêt du storytelling pour améliorer l'impact de sa communication
- ✓ Appliquer le storytelling à l'exercice de ses relations avec les médias
- ✓ Améliorer sa stratégie de relations presse

## Public concerné

Tous les professionnels de la communication ou des relations presse souhaitant développer une communication percutante pour emporter l'adhésion et convaincre les médias.

## Prérequis

Aucune connaissance particulière.

## Méthodes et moyens pédagogiques

**Activités pratiques et digitales**

Travaux pratiques, mise en situation, échanges et réflexion collective.

## Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

### PARTICIPANTS

Tous les professionnels de la communication ou des relations presse souhaitant développer une communication percutante pour emporter l'adhésion et convaincre les médias.

### PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

### COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Programme de la formation

### 1 Cerner l'intérêt du storytelling pour ses relations presse

- Le concept de storytelling et son application à la communication des organisations.
- Comment le storytelling peut dynamiser les relations presse.

#### Échanges

Échanges sur l'apport du storytelling à la communication et aux relations presse. Analyses de campagnes de storytelling.

### 2 Construire son narratif pour les journalistes et leur audience

- Les familles de média ciblées pour optimiser la diffusion de son récit.
- Définir ses objectifs et ses messages.
- Identifier les angles et les histoires à raconter pour susciter l'intérêt du journaliste.

#### Réflexion collective

Brainstorming sur l'intégration du storytelling à ses annonces presse.

### 3 Intégrer le storytelling à ses écrits presse

- Adopter un style et un vocabulaire adapté à son histoire et son public cible.
- Valoriser les témoignages, les citations, encadrés pour valoriser son storytelling.
- Utiliser les éléments visuels pour renforcer l'impact de son narratif.

#### Activités pratiques et digitales

Réalisation d'écrits presse intégrant des schémas narratifs.

### 4 Le storytelling pour plus d'impact à l'oral avec les journalistes

- Utiliser le storytelling lors d'interactions avec les journalistes.
- Appliquer le storytelling aux éléments de langage, présentations orales, interviews et pitch.
- Adapter le storytelling aux nouveaux médias : podcasts, réseaux sociaux et vidéos.

#### Mise en situation

Mise en situation d'un pitch storytéllé auprès d'un journaliste. Application du storytelling lors d'une interview ou bien d'une présentation orale.

#### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

#### MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

#### ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse [psh-accueil@orsys.fr](mailto:psh-accueil@orsys.fr).

## Dates et lieux

### CLASSE À DISTANCE

2026 : 6 juil., 7 déc.