



RELATIONS PRESSE : ÉVALUER ET VALORISER LES RÉSULTATS OBTENUS AVEC DES OUTILS ADAPTÉS

Durée :
1 JOUR

Réf. :
8-FRMRES

Formats :



PRÉSENTIEL



DISTANCIEL

Intra-entreprises : 1 250 € HT
Inter-entreprises : 850 € HT

Comment mesurer les bénéfices de l'exposition d'une campagne de relations presse ? Il existe des méthodes et des outils qui permettent de valoriser le résultat de vos actions. Maîtriser les indicateurs pour valoriser les relations presse menées auprès des différents types de médias : print, web, radio, tv... permet à la fois d'analyser quantitativement et qualitativement chaque action et de justifier le temps et/ou les coûts assignés à cette communication. Pour définir indicateurs de performance, il faut connaître ses objectifs et disposer des bons outils et de la bonne méthodologie pour analyser et interpréter les résultats. Cette formation aide à définir les objectifs à atteindre et présente concrètement les moyens pour réaliser une revue de presse et un bilan presse valorisable.

Objectifs

- Évaluer la pertinence de la stratégie adoptée (parti-pris, dispositif d'action, moyens et outils mis en œuvre)
- Savoir mettre en place et organiser une veille presse efficace
- Définir le contenu d'un bilan presse par rapport aux objectifs qualitatifs et quantitatifs
- Apprendre à réaliser un bilan presse et le présenter
- Connaître et savoir utiliser les outils de veille

À qui s'adresse cette formation ?

Cette formation s'adresse à toute personne en charge des relations presse de son entreprise (Responsable de la communication, Chargé des relations médias, Responsable des relations presse...) qui souhaite acquérir les compétences pour pouvoir sourcer et analyser ses retombées presse dans le but de dresser un bilan presse.

Évaluer la pertinence de la stratégie adoptée

- Comparer les objectifs prévus avec les actions mises en place pour définir la juste évaluation des résultats obtenus

Savoir mettre en place et organiser une veille presse efficace

- Veiller les médias et connaître les différentes sources de pège
- Réaliser une veille concurrentielle
- Connaître les outils pour réaliser une veille efficace
- Réaliser le corpus des coupures presse
- Définir les critères de classement (produit, institutionnel, thématique, grand public, professionnel, type de presse...)



Les fondamentaux

RELATIONS PRESSE : ÉVALUER ET VALORISER LES RÉSULTATS OBTENUS AVEC DES OUTILS ADAPTÉS

Définir le contenu d'un bilan presse par rapport aux objectifs qualitatifs et quantitatifs

- Déterminer les critères d'analyse quantitative des articles de presse
Nombre d'articles, taille, type, répartition par type de presse...
- Déterminer les critères d'analyse qualitative
Présence dans un top 10 de médias, thématiques, tonalité, restitution des messages...

Apprendre à réaliser un bilan presse et le présenter

- Réaliser une revue de presse - Classement et format
- Élaborer un bilan - Fond et forme
Exploiter la veille selon les critères d'analyse
Recommandations
- Présenter un bilan
- Comment valoriser les résultats en interne ?
- Dégager les forces et faiblesses des actions, pour orienter la stratégie à venir
- Actions correctives : lister les actions à reconduire et les nouvelles actions à engager

Connaître et savoir utiliser les outils de veille

- Présentation et démonstration d'outils de veille
- Les astuces pour réaliser une veille à moindre coût

CAS PRATIQUE :

- ✓ Réaliser un tableau Excel avec les données quantitatives
- ✓ Créer des alertes
- ✓ Créer sa revue de presse avec Word
- ✓ Créer un bilan presse

La trousse à outils avec laquelle vous repartez de cette formation

À l'issue de la formation vous disposez de :

- Un tableau Excel vierge à compléter
- Un listing d'outils de veille
- Un exemple de bilan presse