

Ref. : 3303022

Durée :
1 jour - 7 heuresTarif :
Salarié - Entreprise : 875 € HT

Repas inclus

BOOSTER SES RELATIONS PRESSE AVEC LE STORYTELLING

Enrichir ses relations presse et embarquer ses cibles à l'aide du storytelling

Pour **toucher les médias**, vos communications doivent être de qualité, bien sûr, mais surtout proposer des histoires authentiques, fortes, des narrations originales. Les journalistes eux-mêmes sont sensibles à la narration, au storytelling, puisque c'est de cette façon (notamment) qu'ils peuvent toucher leur audience.

Avec cette formation, **découvrez comment bâtir une stratégie de communication et relations presse augmentée par le storytelling**. Ouvrez vos perspectives, imaginez, créez et injectez de l'authenticité dans vos communications avec cette formation CFPJ qui va vous donner toutes les bases de compréhension du storytelling adapté aux relations presse.

LIEUX ET DATES DÉTAILLÉS

[Paris](#)

29 mai 2026

- 29/05/2026 09:00 --> 29/05/2026 17:30 à Paris

OBJECTIFS

- Analyser des cas de storytelling appliqué aux relations presse.
- Identifier les spécificités du storytelling appliqué aux relations presse
- Appliquer le Storytelling (comme technique globale ou par touches) à vos actions de relations presse.

POUR QUI ?

Professionnels ou professionnelles de la communication ou des relations presse.

PRÉREQUIS

Être professionnel ou professionnelle de la communication ou des relations presse.

COMPÉTENCES ACQUISES

Poser les bases d'une stratégie de relations presse augmentées par du storytelling.

PROGRAMME

Pendant
Booster ses relations presse avec le storytelling

Identifier les spécificités du storytelling appliqué aux relations presse

- Lister les enjeux du Storytelling (comme technique de communication).

- Identifier les champs d'application du Storytelling aux relations presses (du communiqué de presse à la stratégie).

Bâtir votre stratégie relation presse

- Profiler les médias ciblés.
- Identifier les messages clés et les leviers à activer.
- Mettre en récit votre sujet avec les schémas narratifs (bâtir le pitch).
- Découvrir la carte des angles narratifs pour choisir votre histoire (ou vos histoires).
- Concevoir votre stratégie de presse et la décliner.

Réaliser un dossier de presse storyté (online ou print)

- Combiner le potentiel des visuels narratifs et du récit.
- Sélectionner les éléments de vocabulaire.
- Développer des récits simples pour rendre vos messages percutants.

INTERVENANTS

Seamus KEARNEY
Seamus Kearney Media

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur notre plateforme

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

