



Média Training VIP : Exceller dans l'Art du Pitch



Durée : 6 demi-journées + 1 jour type studio (28h)



Prix : 5 590€ HT / participants (prise en charge OPCO possible)



Présentiel

Groupe de 4 à 8 personnes

FORMATEUR

Nos formateurs sont soigneusement sélectionnés en fonction du projet et de leur expertise. Leur intervention est préparée pour maximiser la personnalisation de l'approche.

EN SORTANT DE CETTE FORMATION, VOUS SAUREZ :

- Placer le jeu du corps au service du discours pour réussir ses interventions médiatiques.

ET CELA VOUS SERA UTILE POUR :

- Structurer un discours et un pitch captivant avec des outils de storytelling, gamification, et consulting.
- Utiliser la communication non verbale et la posture pour appuyer le discours.
- Gérer ses émotions et son stress pour améliorer la performance en public.



Avis client : 4,8/5



Degré d'acquisition : 96%



Accessible aux personnes à mobilité réduite sur projet



Objectifs pédagogiques et compétences visées

- Assurer l'authenticité du discours pour inspirer et captiver l'audience.
- Apprendre à utiliser sa posture et sa présence physique pour captiver l'attention et inspirer confiance.
- Réaliser un pitch vidéo de 2 minutes de qualité professionnelle.



PARTICIPANTS :
Managers/dirigeants



PREREQUIS
Aucun

Contact

Référent pédagogique

David Buttet

david.buttet@thinkingintra.fr

06 84 49 93 06

Méthodes pédagogiques

Pédagogie active : basée sur une alternance de cours théoriques, d'outils simples, concrets et efficaces et de cas pratiques. Le formateur s'adapte au rythme de chacun.

Les stagiaires se voient remettre le support et les matrices à utiliser par la suite pour mettre en application les fondamentaux appris en formation.

Modalités d'évaluation

Auto positionnement préalable.

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

Evaluation en fin de parcours

Remise d'une attestation de suivi de la formation.



La réponse sur mesure orientée résultats

Programme Média Training VIP : Exceller dans l'Art du Pitch

Des formations en présentiel



WORKSHOP 1 : Comprendre l'importance du média training et son impact

Compétence travaillée : Maîtriser les fondamentaux du média training et comprendre son impact sur l'image personnelle et l'image de l'entreprise.

Sous-objectif : Sensibiliser les participants à l'importance du média training dans la gestion de l'image et de la communication, et comprendre comment cela influence le leadership et la perception publique.

A. 20 min : Bienvenue dans votre atelier

- Accueil des participants et présentation des objectifs du workshop.
- Introduction générale au média training : pourquoi est-il essentiel pour un leader ou un porte-parole d'être formé aux médias ?

B. 60 min : De quoi parle-t-on ?

- Définition du média training : l'art de maîtriser l'interaction avec les médias pour influencer positivement son image et sa communication.
- L'impact du média training sur la marque employeur, la réputation personnelle et l'image de l'entreprise.
- Comment un bon média training peut transformer un pitch ou une intervention médiatique en succès.
- Exemples d'interventions médiatiques réussies et ratées, analyse des éléments clés qui ont fait la différence.

C. 20 min : Exercice en situation réelle

- Mise en situation : un participant réalise un pitch de 2 minutes, en simulant un entretien médiatique.
- Débrief sur les points forts et les aspects à améliorer.

D. 20 min : Best practices et erreurs à éviter

- Bonnes pratiques : préparation avant l'intervention, clarté du message, contrôle du langage corporel, anticipation des questions difficiles.
- Erreurs à éviter : manque de préparation, être trop vague, négliger la gestion du stress ou du temps de parole.

E. 40 min : Simulation et feedback

- Simulation : un participant joue le rôle d'un porte-parole dans un entretien fictif avec un journaliste, avec une situation de crise ou une question épineuse.
- Feedback structuré sur la gestion de l'intervention : clarté du message et la gestion du stress.

F. 20 min : Synthèse, plan d'action et évaluation

WORKSHOP 2 : Développer une stratégie rédactionnelle pour être percutant

Compétence travaillée : Structurer un discours percutant et efficace en utilisant une stratégie rédactionnelle adaptée.

Sous-objectif : Apprendre à organiser un discours de manière logique et captivante, en intégrant des éléments de storytelling et de gamification pour engager l'audience.

A. 20 min : Bienvenue dans votre atelier

- Introduction à la rédaction de discours : l'importance d'un discours structuré et percutant pour capter l'attention.
- Objectifs du workshop : comprendre les éléments clés pour structurer un discours et le rendre captivant.

B. 60 min : De quoi parle-t-on ?

- Les principes d'une stratégie rédactionnelle efficace : clarté, logique, simplicité, engagement.
- Les étapes d'un discours : accroche, développement, conclusion.
- Comment utiliser les outils du storytelling et de la gamification pour renforcer l'impact du discours.
- Analyse d'exemples de discours mémorables (par exemple, discours politiques, TED Talks).

C. 20 min : Exercice en situation réelle

- Mise en situation : rédaction d'un pitch ou discours en réponse à un sujet donné, en utilisant les techniques de structuration apprises.
- Partage des discours écrits par les participants et discussion sur les choix structurels.

D. 20 min : Best practices et erreurs à éviter

- Bonnes pratiques pour structurer un pitch : clarté, simplification, émotion, appel à l'action.
- Erreurs à éviter : discours trop long ou confus, absence de fil conducteur, discours déconnecté des attentes de l'audience.

E. 40 min : Simulation et feedback

- Simulation : présentation du discours rédigé par chaque participant devant le groupe. L'objectif est de capter l'attention de l'audience dès les premières secondes.
- Feedback structuré sur la structure, l'engagement et l'impact du discours.

F. 20 min : Synthèse, plan d'action et évaluation

WORKSHOP 3 : Trouver l'authenticité dans le discours et le corps

Compétence travaillée : Être authentique dans son discours et sa communication corporelle pour renforcer son impact.

Sous-objectif : Développer l'authenticité à la fois dans le discours et dans le langage corporel, pour établir une connexion plus forte avec l'audience et gagner en crédibilité.

A. 20 min : Bienvenue dans votre atelier

- Introduction à l'authenticité dans le discours : pourquoi être authentique est crucial pour capter l'attention et gagner la confiance.
- Objectifs : comprendre l'importance de la sincérité et de l'authenticité pour être convaincant.

B. 60 min : De quoi parle-t-on ?

- Définition de l'authenticité en communication : être soi-même et ne pas jouer un rôle.
- L'impact de l'authenticité sur la perception de l'audience et l'influence.
- Comment le langage corporel renforce l'authenticité d'un message : posture, gestes, ton de la voix, regard.
- Exemples de leaders authentiques et de l'impact de leur communication.

C. 20 min : Exercice en situation réelle

- Mise en situation : chaque participant présente un discours ou pitch en étant authentique et spontané.
- Discussion en groupe sur la manière dont l'authenticité a été perçue et comment l'améliorer.

D. 20 min : Best practices et erreurs à éviter

- Bonnes pratiques : parler avec passion et conviction, utiliser un langage simple, montrer ses émotions.
- Erreurs à éviter : être trop mécanique, manquer de sincérité, se déconnecter des émotions du discours.

E. 40 min : Simulation et feedback

- Simulation : chaque participant doit réaliser un pitch en mettant en avant son authenticité, en étant sincère et proche de son audience.
- Feedback structuré sur l'authenticité perçue et les améliorations possibles.

F. 20 min : Synthèse, plan d'action et évaluation

WORKSHOP 4 : Trouver son style et construire son image médiatique

Compétence travaillée : Développer un style personnel et une image médiatique cohérente pour renforcer l'impact en public et dans les médias.

Sous-objectif : Apprendre à se positionner et à adopter un style unique qui reflète ses valeurs et son leadership, tout en construisant une image médiatique forte.

A. 20 min : Bienvenue dans votre atelier

- Introduction à la construction d'une image médiatique cohérente : l'importance de créer une image forte et reconnaissable.
- Objectifs du workshop : comprendre comment se positionner et adopter un style qui reflète ses valeurs et son leadership.

B. 60 min : De quoi parle-t-on ?

- L'importance d'une image médiatique : comment l'image perçue par l'audience influence la communication.
- Développer un style unique et reconnaissable : aligner son discours avec sa personnalité, sa vision et son charisme.
- Comment gérer sa présence sur les réseaux sociaux et dans les médias traditionnels.
- Exemples de leaders et personnalités publiques ayant réussi à construire une image médiatique forte.

C. 20 min : Exercice en situation réelle

- Mise en situation : les participants réfléchissent à leur propre image médiatique et à la manière de la projeter dans leurs interventions.
- Discussions de groupe sur l'image médiatique qu'ils souhaitent véhiculer.

D. 20 min : Best practices et erreurs à éviter

- Bonnes pratiques : cohérence entre le message et l'image, authenticité, constance.
- Erreurs à éviter : incohérence entre ce que l'on dit et ce que l'on fait, négliger la gestion de son image.

E. 40 min : Simulation et feedback

- Simulation : chaque participant présente son style et son image médiatique en situation de pitch ou d'interview.
- Feedback structuré sur l'adéquation entre l'image projetée et la perception du public.

F. 20 min : Synthèse, plan d'action et évaluation

WORKSHOP 5 : Imprévu et poker face, construire sa robustesse

Compétence travaillée : Gérer les imprévus et les situations stressantes tout en restant calme et efficace.

Sous-objectif : Apprendre à gérer les imprévus et à maintenir sa sérénité face à la pression pour garder le contrôle de la situation.

A. 20 min : Bienvenue dans votre atelier

- Introduction à la gestion des imprévus : pourquoi une gestion efficace des imprévus renforce le leadership et l'influence.
- Objectifs : apprendre à garder son calme et sa lucidité face aux imprévus.

B. 60 min : De quoi parle-t-on ?

- La gestion des imprévus : comment réagir face aux questions difficiles, aux interruptions, aux situations inattendues.
- La "poker face" : comment maintenir son calme et son autorité, même sous pression.
- L'importance de la préparation mentale et de la flexibilité.
- Exemples de leaders ayant fait face à des imprévus et géré la situation avec efficacité.

C. 20 min : Exercice en situation réelle

- Mise en situation : simulation d'une situation imprévu pendant un pitch ou une interview. Le participant doit réagir calmement et garder son autorité.
- Débrief et échange sur les meilleures stratégies utilisées.

D. 20 min : Best practices et erreurs à éviter

- Bonnes pratiques : anticiper les imprévus, maintenir son calme, se concentrer sur l'objectif.
- Erreurs à éviter : panique, hésitation, essayer de masquer l'inconfort.

E. 40 min : Simulation et feedback

- Simulation : un participant doit gérer une situation de crise ou un imprévu pendant un pitch ou une interview.
- Feedback structuré sur la gestion du stress et des imprévus.

F. 20 min : Synthèse, plan d'action et évaluation

WORKSHOP 6 : Training interview, captiver en toutes circonstances

Compétence travaillée : Maîtriser l'art de répondre de manière claire, convaincante et captivante lors d'une interview.

Sous-objectif : Apprendre à répondre à des questions difficiles, à captiver l'interlocuteur et à gérer la dynamique de l'interview pour renforcer l'image personnelle et professionnelle.

A. 20 min : Bienvenue dans votre atelier

- Introduction à l'interview médiatique : pourquoi l'interview est un moment clé pour capter l'attention du public.
- Objectifs : apprendre à répondre de manière convaincante et impactante dans le cadre d'une interview.

B. 60 min : De quoi parle-t-on ?

- Techniques pour capter l'attention en interview : réponse claire, concise, et engageante.
- Comment faire face aux questions difficiles et rediriger une conversation.
- La gestion du temps : bien répondre en peu de mots sans perdre de contenu essentiel.
- Exemples d'interviews réussies : analyse des techniques utilisées.

C. 20 min : Exercice en situation réelle

- Mise en situation : simulation d'une interview avec des questions difficiles et une gestion de crise.
- Discussion sur les choix faits pendant l'interview et sur les points à améliorer.

D. 20 min : Best practices et erreurs à éviter

- Bonnes pratiques : préparation, gestion du temps, clarté des réponses.
- Erreurs à éviter : répondre de manière floue, dévier du sujet, perdre son calme.

E. 40 min : Simulation et feedback

- Simulation : chaque participant réalise une interview face à un journaliste fictif.
- Feedback structuré sur la qualité des réponses, la gestion de l'image et la capacité à capter l'attention.

F. 20 min : Synthèse, plan d'action et évaluation finale

