

15-2

La newsroom : un nouveau modèle d'organisation pour répondre aux impératifs du temps réel



séminaires 2015

NOUVEAUTÉ !

Dates & lieu :

PARIS

9 et 10 avril 2015

Public visé :

directeurs ou responsables d'un service de communication déjà sensibilisés aux enjeux de la communication digitale

Prérequis :

Aucun

Synopsis :

L'évolution des usages technologiques et des pratiques d'informations des publics (réseaux sociaux, mobilité, temps réel...) tend à remettre en cause la manière dont est organisée la fonction communication au sein des organisations. Au-delà de la nécessaire maîtrise tant de la stratégie éditoriale que des nouveaux médias, les communicants doivent aujourd'hui pouvoir s'approprier de nouvelles manières de s'inscrire dans l'agenda médiatique pour capter l'attention, voire l'engagement de leurs publics résolument connectés. Au même titre qu'une rédaction dans un média, comment un service de communication peut-il s'adapter en formant à terme une « newsroom » au service de sa marque et de son organisation ? Enfin, comment ce nouveau mode de fonctionnement en "newsroom" impose-t-il une éditorialisation particulière des contenus diffusés ?

Programme :

Comprendre

- 1-> Regard sur l'évolution des pratiques d'informations des publics aujourd'hui
- 2-> Les principaux défis au sein des organisations pour porter ce changement
- 3-> Qu'est-ce qu'une « newsroom » en 2015 ?

Agir

- 4-> Veiller pour agir (et plus seulement pour savoir)
- 5-> Les nouveaux circuits de production et de validation
- 6-> Quels supports pour porter l'information ?

Evaluer

- 7-> Des cas remarquables
- 8-> La mesure des performances

Editorialiser et diffuser les contenus

- 9-> Conseils et méthodes pour éditorialiser au mieux les contenus en fonction des supports de diffusion
- 10-> Décliner un même contenu sous différents formats (web, réseaux sociaux) et différentes formes (vidéo, infographie, tweets...)

Approche & moyens pédagogiques :

Exposé, Etudes de cas, Benchmark

Nombre de participants : 10 personnes

N'hésitez pas à nous donner toutes les précisions qui vous semblent utiles : par exemple, vous démarrez dans cette fonction, vous avez déjà une certaine pratique, mais avez besoin de remettre vos connaissances à niveau, vous avez un « problème » spécifique, etc... et envoyez à **Eloïse CAPET** - eloise.capet@celsa.paris-sorbonne.fr tous les sujets et documents sur lesquels vous aimeriez travailler.

Intervenant :

Laurent CABIOCH

Responsable sites et stratégies digitales, Laurent CABIOCH assure les recommandations, conseils et mises en œuvre de stratégies de communication online, au sein du pôle Digital de l'agence W.

Droit d'inscription :

700 € (repas non inclus)

Les formations Arces sont très recherchées et les places en nombre limité. Une inscription constitue un engagement moral et toute inscription qui ne serait pas dénoncée 3 semaines à l'avance sera facturée. Merci pour votre compréhension.

Informations pratiques :

La formation commence à 9h le matin et se termine généralement vers 17h30 sauf meilleur accord avec le formateur.

Il est recommandé de déjeuner ensemble, soit sur place à la cafétéria de l'Ecole, soit dans un des nombreux restaurants alentour. Dans les deux cas, il convient que les stagiaires se mettent d'accord avec le formateur.