Relation Presse et Influence

Lobbying et communication d'influence

2 jours (14h00) | 4,6/5 | PRESS-3990319 | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 750 € ht

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

Mesurer les enjeux d'une communication d'influence.

Mettre en place une stratégie de communication d'influence.

Développer une communication d'influence dans la relation.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant 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.

Études d'exemples, mises en situation face caméra et débriefes.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Maîtriser les fondamentaux de la communication.

Public concerné

Toute personne devant mettre en place une communication d'influence, de lobbying.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Comprendre les enjeux de la communication d'influence

- Distinguer lobbying, plaidoyer, affaires publiques et communication d'influence.
- Identifier les acteurs, les circuits de décision et les moments où une contribution peut être utile.
- Articuler influence directe et indirecte : rencontres, consultations, alliances, médias et prises de parole publiques.
- Comprendre le rôle de l'information, de l'expertise et des preuves dans la crédibilité d'une démarche.
- Mobiliser les réseaux professionnels et les relais d'opinion pertinents.
- Intégrer la transparence, l'éthique et les risques de réputation dans ses choix.

Exercice pratique : *analyser une campagne d'influence pour repérer ses objectifs, ses acteurs, ses arguments et ses leviers. Identifier les facteurs de crédibilité et les points de vigilance.*

Construire une stratégie de communication d'influence

- Définir le résultat recherché et formuler une position claire.
- Organiser une veille sur les décisions, les débats et les positions des acteurs.
- Cartographier les parties prenantes selon leur rôle, leur influence et leur position sur le sujet.
- Prioriser ses interlocuteurs et adapter sa démarche au calendrier de décision.
- Identifier des alliés et construire une coopération autour d'intérêts partagés.
- Élaborer des argumentaires étayés, adaptés aux préoccupations de chaque interlocuteur.
- Répartir les rôles entre experts, porte-parole, équipes de communication et affaires publiques.
- Formaliser un plan d'actions précisant les moyens, le budget et les indicateurs de suivi.

Exercice pratique : *à partir d'un cas proposé ou d'un enjeu de son organisation, construire une cartographie des acteurs et un plan d'influence. Préparer un argumentaire pour deux interlocuteurs aux intérêts différents.*

Argumenter et construire une relation d'influence

- Clarifier l'objectif, le cadre et les marges de discussion avant un échange.
- Comprendre les intérêts, les contraintes et les objections de son interlocuteur.

- Repérer les étiquettes, les oppositions simplificatrices et les cadrages qui orientent le débat.
- Structurer son argumentation : position, faits, conséquences et proposition.
- Utiliser les techniques de rhétorique pour rendre son raisonnement clair, sans déformer les faits ni les positions adverses.
- Reformuler un désaccord et répondre aux objections avec précision.
- Mobiliser l'écoute, la créativité et, lorsque le contexte s'y prête, l'humour.
- Anticiper les questions difficiles et les tentatives de déstabilisation.
- Conclure l'échange par une prochaine étape explicite.

Exercices pratiques :

- *Simuler un rendez-vous avec un décideur : présenter sa position, répondre aux objections et formuler une demande précise.*
- *Participer à un débat contradictoire pour travailler la reformulation, les preuves et les réponses aux cadrages réducteurs.*
- *Analyser sa prestation et retravailler les arguments ou les attitudes qui fragilisent la relation.*

Fil rouge : *construire une démarche d'influence argumentée, de l'analyse des acteurs à la préparation des échanges.*

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation formative.

Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.

Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.

Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.