

Media Training - Um novo conceito

No formato criado por um tarimbado profissional da Imprensa e professor universitário, conversar com jornalistas e formadores de opinião é menos treino - e muito mais conhecimento

A Imprensa está
ligando.
E agora?

Executivos são, a cada dia mais, chamados a dar entrevistas, pareceres e opiniões para a Imprensa. Responder a estes pedidos da melhor forma possível, no timing certo e com a informação que os jornalistas precisam é de importância estratégica para a imagem pública das organizações.

Mas, como fazê-lo? Como ter certeza de que a mensagem é coerente com o discurso corporativo e vendedor da imagem da companhia? Como não se embaraçar frente aos jornalistas?

Para responder a questões críticas como essas, grandes empresas utilizam o Media Training - treinamento de executivos para conversar com a Imprensa. Mas os programas tradicionais de Media Training há muito deixam a desejar. Executivos saem frustrados de sessões de gravações agressivas que, longe de tranquilizá-los, os traumatiza. E os custos são altos, inviabilizando o uso por negócios de porte médio ou departamentos corporativos.

Programa de
Media Training
by Allameda.com

Com mais de 20 anos de experiência em Comunicação Corporativa e como professor universitário, o jornalista Gilberto Lorenzon desenvolveu uma nova metodologia para simplificar e tornar mais efetivos os programas de Media Training. Ele se baseia na ideia de que executivos não precisam ser treinados para ações que já executam no dia-a-dia corporativo. Assim, o executivo recebe conhecimento - dados práticos de como funcionam os meandros da Imprensa - e passa a agir a partir da informação adquirida.

Funciona. Centenas de profissionais já aprovaram o Curso de Media Training ministrado por Lorenzon em organizações como International Peace Agency, da ONU, Sindicato dos Estabelecimentos de Ensino de São Paulo, Belmetal, Aliança Pela Infância, Boxware Distribuidora, Comunidade Cidadã, IBGF, Instituto Ágora, Instituto Kairós e várias outras.



Allameda.com

Programa In-Company

Conteúdos readequados para a realidade de cada cliente, previamente conferidos com a Assessoria de Imprensa, RH ou Marketing. Horários flexíveis e até 15 executivos por grupo

Curso sob medida e amplo apoio Todos os detalhes do Programa são flexíveis. A apresentação se dá na casa do Cliente, onde os executivos se sentem mais à vontade e não pressionados, e a carga horária média é de 4 horas-aula. O conteúdo é readequado para fazer frente a questões reconhecidas pela Assessoria de Imprensa, diretoria de RH ou de Marketing do Cliente. Cada turma pode ter até 15 executivos.

A exposição teórica foge da formalidade, de modo que o executivo tem espaço para questionar, debater e levantar dúvidas a qualquer instante. O material didático inclui CD com arquivos usados no curso e exemplar do livro *Manual de Assessoria de Imprensa*. Além disso, cada executivo conta com 30 dias de consultoria via email para sanar dúvidas e conferir questões pertinentes ao conhecimento adquirido.

Robusta experiência prévia As aulas são ministradas pelo escritor, jornalista e professor Gilberto Lorenzon. Ex-assessor de imprensa da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET) e da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM), do governo do Estado de São Paulo, é professor convidado do Centro de Pós-Graduação da Uninove, onde ministra cursos de Gestão de Crises, Assessoria de Imprensa e Media Training. Dá cursos, ainda, no Senac, Unisa e Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, e foi professor da Faculdade Cásper Líbero. É coautor do *Manual de Assessoria de Imprensa*, em 3ª edição pela Editora Mantiqueira, utilizado nos mais importantes cursos de Jornalismo do País. Além de Lorenzon, participam do curso os jornalistas Sonia Ende (ex-Grupo Abril e O Estado de S Paulo) e Mauricio Bonas (ex-Folha de S Paulo e Jornal do Brasil).

Confira em detalhes Entre em contato com a Divisão de Treinamento Executivo de Allameda.com via atd@allameda.com ou 11.3926-5580.



Allameda.com