

Pour avoir bonne presse

■ Cela mérite réflexion

Communiquer, ce n'est pas seulement investir dans des espaces publicitaires et autres supports. Des médias comme la presse écrite, radio ou télévisée peuvent relayer gratuitement vos informations si vous maîtrisez la marche à suivre.

■ Bon, mais encore ?

On ne sait pas toujours comment faire pour intéresser la presse. Les journalistes ne se déplacent pas souvent aux conférences de presse, et le sort réservé à l'envoi d'un communiqué n'est pas toujours celui que l'on espérait. La presse a beaucoup changé au cours de ces 20 dernières années. Elle est aussi devenue un média aux multiples facettes.

■ Soyons concrets

Les relations presse peuvent déjà se faire par l'intermédiaire de vos partenaires (OT, SI, MDT, ...) qui disposent déjà souvent de relations presse privilégiées.

On peut distinguer deux grands types de relations avec les médias : informative et partenariale.

L'approche informative doit être efficace. Il faut faire preuve d'originalité, de créativité et communiquer en fonction du public du média concerné.

Les blogs spécialisés communiquent de manière très différente par rapport aux médias traditionnels. Il faut s'adapter à ce nouveau phénomène qui prend de l'importance.

Des agences spécialisées peuvent vous aider à mieux communiquer, mais cela a un coût.

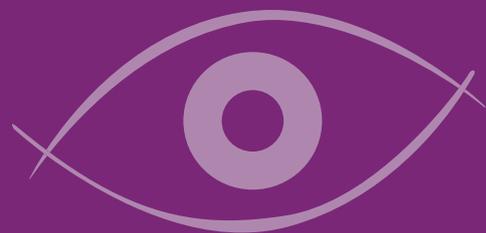
L'approche partenariale permet diverses formules, comme des échanges de services, avec notamment la possibilité d'offrir des entrées gratuites. Les partenariats "exclusifs" sont aussi des pistes, mais il faut bien mesurer leurs avantages et leurs inconvénients.

■ Retenez bien ceci

- Le conseil: "communiquer, c'est parler de soi, mais c'est surtout parler aux autres".
- On ne communique pas pour le plaisir, mais parce que l'on a une vraie information à faire connaître.
- Il faut éviter d'utiliser un langage trop spécialisé.
- Il faut s'adapter à la manière de travailler du média.
- Les infos les plus courtes sont souvent les meilleures. Ou en tout cas celles qui ont le plus de chance d'être publiées dans leur intégralité.

■ Les tuyaux du net

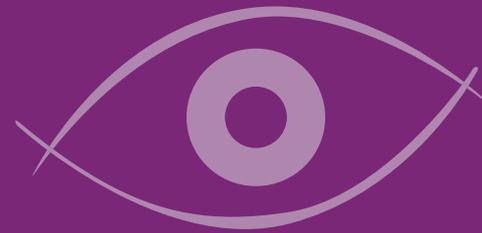
- Une synthèse qui explique comment bien gérer ses relations avec la presse : <http://pro.finisteretourisme.com/sites/default/files/guide-technique-presse-web.pdf>



- Communiquer avec la presse, selon l'Université de Liège : https://www.ulg.ac.be/cms/c_3331540/fr/comment-communiquer-avec-les-medias
- Les conseils du magazine français Chef d'entreprise : <http://www.chefdentreprise.com/Chef-d-entreprise-Magazine/Article/COMMUNIQUER-AVEC-LA-PRESSE-C-EST-FACILE--32155-1.htm>
- L'évolution des blogs de voyages : http://veilletourisme.ca/2013/07/22/levolution-des-blogues-de-voyage/?tagged=&utm_source=bulletin-24-07-2013&utm_medium=email&utm_campaign=globeveilleur

■ Le mot : blog

Il s'agit d'un site internet utilisé pour la publication régulière d'articles, généralement succincts, et rendant compte d'une actualité autour d'un sujet donné ou d'une profession. Ces articles ou "billets" sont généralement datés, signés et se succèdent dans un ordre antéchronologique, c'est-à-dire du plus récent au plus ancien.



Résumons-nous

- Pour communiquer efficacement, il faut s'adapter aux nouvelles manières de travailler des médias
- Il faut faire preuve d'originalité et de créativité
- Les nouveaux médias du monde de l'internet prennent de l'importance et il faut bien cerner leurs spécificités