

8 conseils pratiques pour les relations avec les médias



8 conseils pratiques pour les relations avec les médias

Mardi je donne est une excellente occasion d'obtenir une couverture médiatique qui sensibilise le public à votre organisme et met en valeur le travail que vous accomplissez dans la communauté. Voici quelques conseils pour tirer parti du cycle médiatique de Mardi je donne et raconter votre histoire aux médias.

COMMENCEZ À PLANIFIER DÈS MAINTENANT

Commencez rapidement vos démarches avec les médias afin de donner aux journalistes suffisamment de temps pour écrire des articles sur votre organisme avant Mardi je donne

CONNAISSEZ L'HISTOIRE QUE VOUS VOULEZ RACONTER

Si votre organisme est mentionné dans un article à propos de Mardi je donne, que souhaiteriez-vous que l'on dise? Consultez les articles publiés les années précédentes au sujet de l'événement afin de mieux comprendre les angles généralement adoptés par les médias et le type d'information qu'ils cherchent à inclure. Réfléchissez à cela, puis partez de cette idée pour élaborer un argumentaire médiatique intégrant des messages clés importants qui vous aideront à raconter votre histoire. Lorsque cela est possible, racontez votre histoire du point de vue d'une personne de votre communauté et de la différence que fait votre organisme pour répondre à ses besoins. Nous avons préparé un modèle de communiqué de presse à titre de référence [ici](#).

PRÉPAREZ DES RESSOURCES POUR LES MÉDIAS

Qu'il s'agisse d'un communiqué de presse, d'un avis de presse pour un événement ou d'un simple paragraphe d'information dans un courriel, l'élaboration d'un argumentaire médiatique convaincant vous aidera à susciter l'intérêt d'un journaliste pour votre actualité. Concentrez-vous sur les détails les plus intéressants ou les plus importants d'abord et incluez toujours vos messages clés. N'oubliez pas d'inclure les détails du « qui », du « quoi », du « où », du « pourquoi » et du « comment » de votre histoire, ainsi que toute information sur vos initiatives liées spécifiquement à Mardi je donne. Ajoutez également vos coordonnées afin que les journalistes puissent facilement vous contacter pour obtenir plus d'informations ou organiser une entrevue.

8 conseils pratiques pour les relations avec les médias

CHOISISSEZ UN PORTE-PAROLE POUR LES MÉDIAS

Votre porte-parole sera véritablement le visage (et la voix) de votre campagne, puisqu'il ou elle livrera l'histoire de votre organisme aux médias. Assurez-vous de choisir une personne qui connaît bien votre organisme, maîtrise les messages clés que vous souhaitez transmettre, sait ce que votre organisme a prévu pour Mardi je donne et peut s'exprimer avec assurance devant des journalistes. Le porte-parole idéal est la personne qui sera à l'aise pour parler devant un groupe et face à la caméra. Vous pouvez aussi choisir un deuxième porte-parole (p. ex., un bénéficiaire de vos services, un client, etc.) ayant vécu une expérience positive grâce à votre organisme. Raconter son histoire contribue à humaniser le travail que vous accomplissez. Puisque les médias travaillent souvent avec des délais serrés, vos porte-parole devraient être facilement disponibles pour participer à des entrevues avec peu de préavis, et s'adapter à l'horaire des journalistes. (Demandez toujours à un journaliste quelle est sa date butoir ou son échéancier afin de pouvoir fournir ce dont il a besoin en temps opportun).

UNE PHOTO VAUT TOUS LES DISCOURS DU MONDE

Disposer d'une excellente photo ou d'une bonne vidéo est un moyen percutant de raconter votre histoire. Pensez à des éléments visuels qui mettent en valeur votre organisme en action et son impact sur votre communauté. Songez également à avoir sous la main des images de vos porte-parole. Vous pourriez créer un dossier Google Drive pour rassembler toutes les images et les autres ressources disponibles; puis insérer un lien menant à ce dossier dans vos communications de suivi avec les médias. Si vos activités de Mardi je donne comprennent un événement, assurez-vous de prévoir un moment visuel fort qui permettra aux médias présents de capter facilement leurs propres photos ou vidéos.

8 conseils pratiques pour les relations avec les médias

CONTACTEZ LES BONNES PERSONNES

Prendre le temps de déterminer à qui vous adresser avant de lancer vos démarches auprès des médias peut vous faire gagner du temps sur le long terme. Cherchez des articles publiés par le passé sur Mardi je donne et/ou sur les enjeux auxquels répond votre organisme. De nombreux journalistes incluent leurs coordonnées dans leur biographie, tandis que d'autres ajoutent parfois leur adresse courriel sur leur profil Twitter. Si vous ne parvenez pas à identifier de journalistes précis, consultez la section « Nous contacter » sur le site Web de chaque média, où se trouve souvent une liste de rédacteurs en chef et parfois même de journalistes. La plupart des médias disposent également d'une adresse générale de salle de presse ou d'un éditeur à l'affectation que vous pouvez contacter, ce qui augmente les chances que votre histoire soit vue. N'oubliez pas de demander à vos collègues, à vos amis ou même à votre famille s'ils ont une relation avec un journaliste local et pourraient vous présenter.

PROPOSER VOTRE HISTOIRE AUX MÉDIAS

Une fois vos documents, votre liste de contacts et vos porte-parole prêts, il est temps de passer à l'action! Commencez par envoyer vos informations par courriel, puis faites un suivi par téléphone. Parler directement avec un journaliste est une excellente façon de lui expliquer pourquoi il devrait couvrir votre organisme. Essayez de contacter les médias le matin, avant leurs échéances de l'après-midi. Lorsque vous invitez des médias à un événement, assurez-vous de partager les détails plusieurs jours à l'avance afin qu'ils aient le temps de planifier leur présence.

LA PRATIQUE POUR VOUS PERFECTIONNER : L'ENTREVUE AVEC LES MÉDIAS

Une entrevue avec un journaliste est une excellente occasion de donner vie à votre histoire! Les entrevues peuvent se dérouler par téléphone ou en personne, en direct ou être enregistrées, et pour l'imprimé, la télévision ou la radio. Quel que soit le format, pratiquer ce que vous souhaitez dire et participer à de « fausses entrevues » avec un collègue peut être une excellente façon de vous préparer.

Ressources pour la campagne

PRÉPAREZ VOS MOYENS DE COMMUNICATION : CANAUX SOCIAUX ET INFOLETTRES

Consultez notre Trousse à outils pour la campagne : un guide pratique comprenant des exemples de courriel, des publications pour les médias sociaux ainsi qu'un plan de campagne..

Suivez-nous! Participez à la conversation, restez au fait des événements et diffusez vos témoignages dans nos médias sociaux

LinkedIn



linkedin.com/company/canadahelps

Bluesky



bsky.app/profile/canadahelps.org

Facebook



facebook.com/canadahelps

YouTube



youtube.com/user/canadahelps

Instagram



instagram.com/canadahelps/

**Pour plus d'informations,
visitez :**

[www.canadahelps.org/fr/
pour-les-organismes-de-
bienfaisance/](http://www.canadahelps.org/fr/pour-les-organismes-de-bienfaisance/)

info@canadahelps.org

1.877.755.1595

30, rue Adelaide E.
12e étage
Toronto, ON M5C 3G8