



ASTUCES

DE RELATIONS AVEC LES MÉDIAS POUR LES OBNL

CONSEILS DE BASE SUR LES RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

1. **Dressez une liste des médias** qui comprend le nom complet du journaliste, le média pour lequel il travaille, son courriel et son téléphone.
2. Gardez votre liste à jour.
3. **Préparez un dossier de presse de base** : communiqué de presse, photos, clips vidéo, citations, brève description de votre organisme.
4. **Investissez dans les présentations visuelles** comme des photos ou des vidéos qui racontent des histoires.
5. **Créez une médiathèque** qui facilitera le récit de votre histoire : collection de photos, répertoire vidéo.

ÉLÉMENTS D'UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE

1. **Un titre informatif et intéressant** qui répond à la question du lecteur : « En quoi ça me concerne? »
2. **Une ligne de date** (VILLE, DATE -).
3. **Un premier paragraphe percutant** qui donne les principaux points à retenir (qui, quoi, où, quand et pourquoi).
4. **À la fin, un appel à l'action clair** qui dirige les lecteurs vers la page de votre site web qui parle de l'enjeu présenté dans le communiqué de presse.
5. **Un paragraphe de présentation** de votre organisme (par exemple tiré de la section « À propos » de votre site web) qui comprend un lien vers votre site web.
6. **Vos coordonnées** : elles seront pratiques pour effectuer un suivi.

COMMENT COMMUNIQUER AVEC LES JOURNALISTES

1. **Soyez disponible** lorsque les journalistes ont besoin de vous.
2. Avant de présenter une idée d'article à un journaliste, **faites des recherches à son sujet**.
3. En le contactant, **demandez-lui ses préférences**. Chaque journaliste est différent.
4. **Présentez vos idées de manière attentionnée**. Connaissez bien votre histoire et racontez-la le plus simplement possible.
5. **Partagez de vraies histoires** sur la façon dont votre organisme change des vies ou améliore votre communauté (plus d'histoires personnelles, moins d'histoires promotionnelles).
6. **Utilisez des données** pour raconter votre histoire : les journalistes aiment les faits sans états d'âme.
7. **Restez en contact** : cultivez la relation (TRÈS important).
8. **Continuez à essayer** : les journalistes rejettent la plupart des idées la première fois qu'elles leur sont soumises. Réessayez, utilisez une nouvelle approche, présentez de meilleures histoires, affinez votre argumentaire.

COMMENT GAGNER EN VISIBILITÉ MÉDIATIQUE POUR LES CAMPAGNES DE COLLECTE DE FONDS

1. **Soyez visible en ligne** : site web, blogue, médias sociaux — en particulier sur Twitter et LinkedIn.
2. **Contactez des journalistes spécifiques** (certains journalistes couvrent certains sujets).
3. **Facilitez la tâche du journaliste** en lui fournissant des sources et des liens.

