



Diffusion médiatique

Pour vous aider à faire part de votre événement pour le Mois canadien de la carrière aux médias locaux, nous vous proposons de prendre les mesures suivantes qui vous permettront d'adopter la stratégie la plus efficace.

Recherche

Faites une recherche sur les médias locaux pour la ville et la collectivité. Cela peut inclure : les chaînes de télévision, les journaux, la radio, et les sites d'information en ligne. Essayez de trouver un contact, soit un réalisateur (télé et radio) ou un éditeur (journaux ou sites d'information en ligne) avec qui vous pourrez communiquer lorsqu'ils feront la sélection des articles à rédiger. Si possible, essayez d'obtenir une adresse de courriel et un numéro de téléphone. Certaines personnes sont plus aptes à répondre à l'un plutôt qu'à l'autre.

Communiqué de presse

Nous avons préparé un modèle de communiqué de presse que vous pouvez utiliser pour personnaliser la diffusion de votre événement. N'oubliez pas d'ajouter le logo de votre organisme et de personnaliser chacun des champs en surbrillance afin que les représentants des médias sachent que l'événement se passe dans leur région. Les journalistes et les médias sont plus intéressés par les initiatives locales, en particulier lorsqu'elles proviennent des professionnels, des entreprises, des enseignants, ou des bénévoles de la collectivité.

- Les communiqués de presse doivent être envoyés la journée précédant votre événement pour annoncer ce qui s'en vient
- Les cinq questions incontournables dans chaque article sont : Qui, quoi, où, quand et pourquoi.
- Votre communiqué ne devrait pas être plus long qu'une page
- Vous pouvez inclure des citations du responsable de l'événement qui sera également le principal porte-parole pour les médias
- Les journalistes veulent savoir, non seulement ce qui se passe, mais pourquoi c'est important. Ciblez votre message sur l'objectif global de l'événement (c.-à-d. améliorer des techniques d'entrevue pour les jeunes; conseiller les femmes sur les transitions de carrière; favoriser le réseautage des autochtones canadiens afin qu'ils puissent progresser dans leur carrière)

Argument

Lorsque vous faites appel aux médias, n'oubliez pas que vous vendez un reportage, donc demandez-vous de quelle façon votre histoire pourrait être profitable aux médias. Demandez-vous pourquoi l'événement est important pour la communauté locale, ce qui le rend unique, et pourquoi les gens doivent être mis au courant de votre événement. Assurez-vous de laisser vos coordonnées aux médias et faites-leur savoir que vous pouvez leur fournir toutes les informations ou ressources dont ils ont besoin. Il peut être utile de faire un premier contact par courriel afin de fournir quelque chose de concret à titre de référence. Si vous ne parvenez pas à trouver les coordonnées d'une personne chez un média, appelez la réception et demandez qu'on vous donne l'adresse courriel ou le numéro de téléphone de la personne appropriée. Plus important encore, ne craignez pas de faire appel aux médias, c'est leur travail d'écrire des articles et vous les aidez justement à le faire! Si vous êtes poli et respectueux, ils vous aideront à figurer la meilleure façon de couvrir votre événement.

Assurez-vous de mentionner que votre événement fait partie de l'initiative nationale du Mois de la carrière. Faites savoir au producteur, à l'éditeur ou au journaliste que de plus amples renseignements sont disponibles sur le site Web www.moisdela-carriere.ca.

Suivi

Une fois votre première approche réalisée, faites un suivi avec les contacts qui ne vous ont pas donné de nouvelles. Selon le nombre de personnes figurant sur votre liste, vous pouvez épargner du temps en établissant une priorité en fonction de la popularité de votre média ou de la probabilité que votre événement soit diffusé. Décrivez à nouveau l'événement au responsable et rappelez-lui votre premier entretien; demandez-lui s'il a des questions ou s'il a besoin d'autre chose. Faites de votre mieux pour lui rendre la tâche aussi facile que possible. Si votre première approche a été faite par courrier électronique, un appel téléphonique serait sans doute préférable.

Médias sociaux

Reportez-vous à la trousse des médias sociaux pour les directives sur la meilleure façon de donner de l'ampleur à votre événement et d'atteindre un plus grand auditoire pour le Mois de la carrière. Les médias sociaux sont une composante essentielle du paysage médiatique canadien, et réussir à atteindre un vaste auditoire dépend de l'exécution de votre plan sur les médias sociaux. Assurez-vous de promouvoir l'événement à l'avance sur les plateformes sociales, d'assurer une couverture tout au long de l'événement dans la mesure du possible, et de prendre beaucoup de photos et vidéos que vous pourrez diffuser en ligne!

Des questions?

Si vous avez des questions au sujet de votre approche aux médias ou si vous avez besoin d'aide supplémentaire, n'hésitez pas à contacter Kate Lardner (kate@impactcanada.com) ou Rob LeForte (rob@impactcanada.com) à Impact Affaires publiques, ou communiquez avec nous au 613-233-8906.