

Votre logo



COMMUNIQUÉ

Pour diffusion différée : date et heure

Commentaire [C1]: Informe sur ce qu'est ce document

Commentaire [C2]: Si l'envoi du communiqué se fait avant que la nouvelle ne puisse être officiellement diffusée, il faut informer les médias.

Conseils pour aider les petites entreprises et organismes à rédiger un communiqué de presse

Commentaire [C3]: Le titre transmet clairement le sujet de la nouvelle.

Les petites entreprises et organismes, par manque de connaissances, négligent le communiqué de presse pour informer les médias de leurs actualités.

Commentaire [C4]: Sous-titre qui résume la nouvelle.

Ville, date d'envoi - Oyez! Communication Formation, a publié un billet informant les petites entreprises et organismes sur l'opportunité qu'ils négligent d'informer les médias concernant les actualités de leur organisation. Ce billet est disponible dès maintenant sur son site Web au www.cindyrivard.com.

Commentaire [C5]: D'où vient l'information et quand a-t-elle été envoyée.

Commentaire [C6]: Qui

Commentaire [C7]: Quoi

Commentaire [C8]: Quand

Commentaire [C9]: Où

Commentaire [C10]: Comment

Utilisant sa plateforme de blogue pour informer ses lecteurs, Cindy Rivard, propriétaire de Oyez! Communication Formation, a décidé de les informer concrètement sur la manière de rédiger un communiqué de presse. « *Les petites organisations manquent souvent de budget pour leur promotion et pourtant elles laissent de côté le communiqué de presse comme outil d'information. Je fais le pari que, sachant comment le rédiger, elles seront plus enclines à l'utiliser* », affirme-t-elle.

Commentaire [C11]: Pourquoi

Les petites entreprises et organismes négligent le **communiqué de presse**, un outil efficace pour communiquer une information à leur public à travers les médias qu'ils consultent. C'est un outil qui ne demande que quelques heures pour le rédiger de façon convenable et le faire parvenir aux médias, préalablement ciblés. Ceux-ci décideront ensuite s'ils publient l'information ou non, ou bien s'ils en feront un reportage plus poussé. C'est une visibilité importante qui vous sera ainsi faite sans que vous ayez à déboursier un sou.

Les grands médias croulent sous les communiqués, mais ils ne correspondent peut-être pas à la cible à privilégier pour vous. N'oubliez pas les hebdomadaires locaux et nombre de journaux, magazines spécialisés et portails Web qui pourraient porter une oreille attentive à votre nouvelle... si elle est rédigée de façon à attirer leur attention!

Attention! Un communiqué est un outil pour renseigner les journalistes sur une information factuelle susceptible d'intéresser leur public. Pour devenir crédible auprès des journalistes ciblés, votre information ne doit pas prendre la forme d'une publicité. N'utilisez pas de superlatifs, tenez-vous en aux faits.

De toute façon, par ricochet, cette information permet de parler de votre entreprise ou produits, mais il faut le voir dans une optique de placement à long terme.

Oyez! Communication Formation accompagne les propriétaires de petites entreprises et les dirigeants d'organismes, en les faisant cheminer pour comprendre, choisir et agir pour mieux communiquer leur message et leur image de marque.

Par le biais de formations ou de coaching en entreprise, Cindy Rivard contribue à l'atteinte des objectifs marketing et communicationnels de ses clients ainsi qu'au développement de leurs compétences en communication.

Pour plus d'informations et autres trucs pratiques en communication, rendez-vous sur le site Web www.cindyrivard.com.

- 30 -

Bas de vignette : Ici, j'indique l'information que je souhaite voir apparaître sous la photo que j'aurai jointe à mon envoi.

Source : CindyRivard
Oyez! Communication Formation
(418) 714-3042

Commentaire [C12]: Rappel sur la raison d'être de l'entreprise

Commentaire [C13]: Appel à l'action

Commentaire [C14]: Une convention qui indique que toutes les informations qui précèdent ce chiffre pourront être diffusées dans les médias.

Commentaire [C15]: Plus communément appelé « Légende ».

Commentaire [C16]: Citer la source, c'est-à-dire la personne ayant rédigé le communiqué.