



AXEL NOBLET,
créateur de Podz.fr et de Pro-Podz :
interviews d'entreprises sur Internet.

L'importance de la prise de parole dans les médias

Félicitations ! Vous êtes désormais entrepreneur. Vous avez franchi les différentes étapes, de l'idée de votre concept à la naissance de votre marque. Mais le plus difficile reste à faire : trouver vos clients ou plutôt que vos clients vous trouvent. Le seul moyen d'y parvenir est de vous faire connaître en prenant la parole dans les médias.

LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

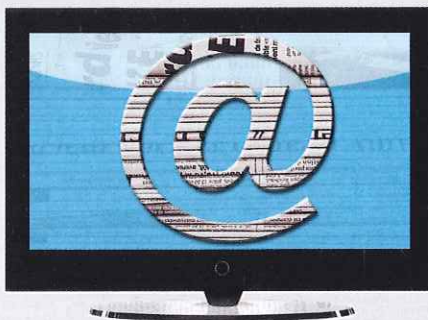
Il est primordial pour un jeune entrepreneur de faire connaître son service, sa marque, ses compétences au plus grand nombre. Parmi ces personnes se trouvent des clients potentiels. L'une des premières actions à entreprendre est de rédiger un communiqué de presse. Il s'agit d'un fichier envoyé par mail à la presse qui présente votre entreprise au moyen de phrases clés susceptibles de marquer un journaliste et lui donner envie de rédiger un article sur votre activité. Il permet de vous mettre en valeur, il convient donc de le soigner avec une mise en page originale et de la couleur afin d'attirer l'œil. N'oubliez pas de mettre vos coordonnées complètes en évidence car le journaliste ne perdra pas de temps à les chercher. S'il ne les trouve pas rapidement, votre communiqué de presse finira à la corbeille.

LA RELATION PRESSE

Il est indispensable de passer par là pour donner de la visibilité à votre marque, travailler sur votre notoriété ou votre produit, vous faire connaître dans les médias et obtenir une interview radio, TV ou presse. Le principe est de contacter les journalistes afin de leur proposer un sujet sur votre entreprise. Mais attention à ne pas tomber dans la vente commerciale simple, mieux vaut avoir du vécu et une histoire à raconter. Exemple avec le réseau social Facebook : les médias se sont intéressés au départ à ce site américain car son histoire était celle d'un jeune étudiant ayant souhaité créer un trombino-



**ENTREtenir une relation
PRIVILÉGIÉE AVEC LES JOURNALISTES
EST TRÈS IMPORTANT.**



scope au sein de son école et qui n'avait pas imaginé l'ampleur du phénomène à venir. Entretenir une relation privilégiée avec les journalistes est très important alors n'hésitez pas à les rappeler régulièrement pour leur parler de l'évolution de votre activité. Si vous décidez de faire appel à une agence externe spécialisée dans la relation presse, il faudra prendre en compte son budget souvent élevé. Les honoraires des relations presse, plus communément appelés les RP, sont variables suivant la taille de l'agence. Exemple : pour une agence RP de plus de sept personnes, il vous en coûtera entre 30 500 et 137 200 euros par an ; pour une agence RP de moins de sept personnes, le prix varie de 22 850 à 91 500 ; et pour un attaché de presse indépendant, de 18 300 à 38 100 euros (source IPC juin 2002). Ce

n'est pas envisageable pour un entrepreneur individuel. Il vous faudra donc trouver des solutions moins coûteuses pour communiquer dans les médias.

VOTRE INTERVIEW SUR INTERNET

Le média Internet vous permet une visibilité sur le long terme et surtout une communication ciblée. Si vous souhaitez toucher rapidement votre cible, il vous faut créer le buzz ! Exemple : créer sa Fan Page sur un réseau social vous permettra de rester en contact avec votre public. Cherchez donc à vous faire connaître sur Internet et d'autres médias vous contacteront par la suite, ce qui augmentera considérablement le nombre de visiteurs sur votre site ou les appels téléphoniques.

Le coût de la communication sur Internet est bien évidemment moins élevé qu'en télévision ou en radio. Le prix moyen d'un spot de pub de 30 secondes sur une des grandes radios populaires françaises est de 5 000 euros par passage unique. Votre interview de dix minutes sur Internet vous coûtera en moyenne 500 euros. Elle sera pérenne dans le temps et écoutable à volonté partout dans le monde, vous pourrez vous en servir comme carte de visite numérique. Vous pourrez ainsi valoriser votre image, expliquer à vos clients les valeurs de votre entreprise et toucher votre public. C'est, pour le jeune entrepreneur que vous êtes, une manière originale et novatrice de communiquer sur le Web votre image, votre marque et votre idée ! ■