

**BONNES PRATIQUES
POUR REUSSIR SA
COMMUNICATION**

**Cécile NUSGENS,
Cible Communication**



TIPS & BONNES PRATIQUES

cible

- Experts créatifs en communication ciblée





























CIBBLE

savoir à qui l'on s'adresse



A close-up photograph of a woman with dark hair, smiling warmly. She is wearing a blue EEG (brain activity) headband with a circular sensor on her forehead. The background is blurred, showing what appears to be an indoor setting with blue and white lights.

EMPATHIE

parler aux gens de ce
qui les intéresse



3 « vous » pour 1 « je » .

A photograph of a group of people at an outdoor event, possibly a festival or market. In the foreground, a woman with blonde hair is looking towards the right, holding a small object. Behind her, another woman is holding a small object. The background shows a large, modern building with a glass facade. The text is overlaid on a dark blue semi-transparent background.

communication orientée **BÉNÉFICES**

directs – personnels –
objectifs ou subjectifs

Raconte-moi une HISTOIRE

**Valeur émotionnelle
Rétention accrue**



éviter de JARGONNER

Accessibilité
Valorisation



MULTICANAL strategy





On line
Communication PULL
Communication PUSH

A collage of various social media icons including Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube, and others, with a central text overlay.

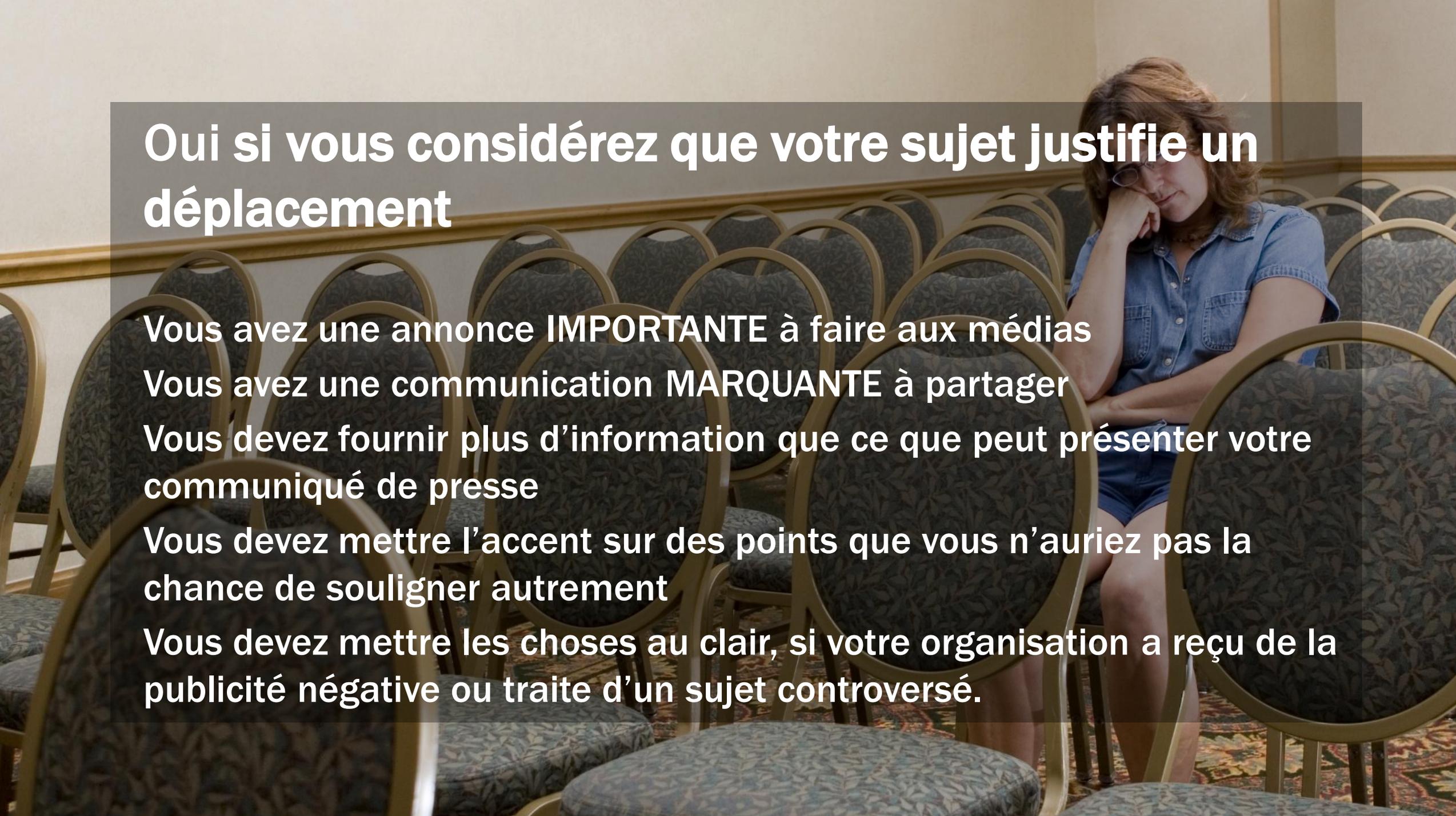
Facebook
Twitter
LinkedIn
Instagram



LA PRESSE amie & VIP

Conférence de presse



A woman with brown hair and glasses, wearing a blue denim shirt and shorts, is sitting in a row of dark green upholstered chairs with gold frames. She is resting her head on her hand, looking thoughtful. The background is a plain wall with a gold decorative molding.

Oui si vous considérez que votre sujet justifie un déplacement

Vous avez une annonce IMPORTANTE à faire aux médias

Vous avez une communication MARQUANTE à partager

Vous devez fournir plus d'information que ce que peut présenter votre communiqué de presse

Vous devez mettre l'accent sur des points que vous n'auriez pas la chance de souligner autrement

Vous devez mettre les choses au clair, si votre organisation a reçu de la publicité négative ou traite d'un sujet controversé.



TIPS

- **Planifiez votre conférence le matin (9 h) et prévoyez le petit déj**
- **Choisissez un lieu adapté et facile d'accès**
- **Commencez à l'heure**
- **Utilisez un support de présentation ppt et soyez pertinent, clair et concis**
- **Utilisez des chiffres parlants**
- **N'oubliez pas la partie questions réponses**
- **N'envoyez pas votre dossier de presse avec l'invitation à la conférence**
- **Remettez-le sur place et puis envoyez-le aux journalistes qui étaient absents**

A close-up photograph of a person's hand holding a pen and writing in a spiral-bound notebook. The background is softly blurred, showing a desk and a lamp. A semi-transparent white text box is centered over the image, containing the text in a bold, black, sans-serif font.

**Le communiqué de
presse reste l'outil préféré
des journalistes**



TIPS

Structurer son communiqué

MENTION COMMUNIQUE DE PRESSE

LOGO

DATE

TITRE

CHAPEAU

REGLE DES 5 W : who, what, when, where, why

CORPS ET HIERARCHIE

A PROPOS

CONTACTS PRESSE

COFINANCEMENT



TIPS

Rédiger son communiqué

Pas de teaser

Information principale visible et comprise dès le titre et le chapeau

Verbes au présent – 3^{ème} personne – formule positive

Pas d'acronyme sans explication

Phrases courtes

Métaphores et comparaisons parlantes

Pas de superlatifs présomptueux



Habiller son communiqué

Datajournalisme

Contenus graphiques

Link vidéos

Version digitalisée = partage

TIPS

Optez pour les
**CARTOUCHES D'ENCRE
RECYCLÉES !**

66%

DE BUDGET EN MOINS



120

KILOS



DE DÉCHETS EN MOINS

38,5 KILOS DE

CO₂

EN MOINS²





TIPS

base de données
qualifiée ...
et à jour.



Soyez
gros
se
reux



www.enmieux.be

cible

- Experts créatifs en communication ciblée

KEVIN.REYNAERTS

@CIBLE.BE

