

S'ADRESSER AUX MÉDIAS : TRUCS ET ASTUCES DU MÉTIER

AIDE-MÉMOIRE



Quand on sort d'une formation sur la prise de parole, on se sent gonflé à bloc et toutes les nouvelles connaissances sont fraîches à notre esprit. On remarque les béquilles langagières des politiciens, on regarde comment se comportent les animateurs à la télé, on a envie de donner des entrevues pour tester nos acquis et on essaie toutes les chaises sur notre passage (avouez que vous y avez pensé !)

Parce que le temps file et qu'on oublie parfois certaines informations, je vous propose un aide-mémoire, à revisiter de temps en temps, pour profiter au maximum de la formation à laquelle vous avez assisté et poursuivre votre parcours d'orateur chevronné.

LA BONNE PREMIÈRE IMPRESSION

(Elevator speech)

Maximum 1 minute

Parler de soi clairement et brièvement

- Briser la glace (qui je suis):
 - Je ne pense pas qu'on s'est déjà rencontré...
 - Bonjour, je suis...
 - Je voulais prendre le temps de me présenter...
- Passer son message (qu'est-ce que je fais)
 - Emploi/mandat
 - Vulgariser (qu'est-ce que ça mange en hiver?)
- Objectif (ce que je souhaite, ce que j'attends)
 - Aujourd'hui, je voudrais...
 - Dans les prochaines minutes, je vais...
 - Je suis ici pour...
 - J'ai hâte de vous entendre...
 - J'espère que ...
- Ouvrir la conversation
 - Et vous?
 - Mais parlez-moi de vous un peu...
 - Poser des questions pour retourner la conversation à l'autre

L'ART DE LA CONVERSATION

(Small talk)

- Ouvrir la discussion
- Faire parler l'autre
- S'intéresser à l'autre sincèrement
- Écouter avec ouverture
- Poser des questions sur des sujets universels (famille, parcours, loisirs, travail, expertise)
- Profiter de l'occasion pour apprendre
- Admettre son ignorance
 - Je ne connaissais vraiment pas ça...
 - Je ne suis pas familier, pouvez-vous m'en parler un peu?
 - C'est vraiment intéressant!

LA DYNAMIQUE DE LA CONVERSATION

Parler aux inconnus - Stratégies pour se présenter

Technique des 3 temps (présent, passé, futur)

1. Présent: Qui je suis, quels sont mes intérêts
2. Passé: D'où je viens, quel est mon parcours, comment j'en suis arrivé ici
3. Futur: Mon objectif, ce que je cherche de la rencontre, de l'échange

PUBLIC CIBLE (À QUI ON PARLE ?)

Individuel: Qui est notre interlocuteur ?

- Qui nous écoute, entend notre conversation, assiste à la discussion?
- À qui notre conversation sera racontée?

Groupe: À qui s'adresse notre communication ?

- Quels sont les points communs et les distinctions de nos auditeurs?
- Quels sont les attentes et besoins du groupe?

Médias: Qui est le public cible du média ?

- L'auditeur/télespectateur est le public cible
- Quelles sont ses caractéristiques? (âge, genre, revenu, besoins)
- Quels sont les attentes et besoins de notre interlocuteur
- Cotes d'écoute
- Fidélisation du public
- Mission d'information



AVANT LA CONVERSATION :

- Savoir de quoi on parle : bien connaître son sujet
- Savoir à qui on parle :
 - bien connaître son interlocuteur, son niveau de connaissance du sujet, ses besoins, ses objectifs dans l'interaction, ses intérêts
- Comprendre la dynamique de l'échange :
 - Divertissement (*small talk*, création de liens sociaux)
 - Opposition (tenter de convaincre)
 - Approbation (recherche d'appuis, de collaboration)
- Avoir un objectif clair

LES PIVOTS

(les mots qui font avancer)

- Justement, ...
- D'ailleurs, ...
- Pendant qu'on se parle, ...
- Bonne question, ...
- Merci de m'en parler, ...
- Je saute du coq à l'âne, ...
- Dans un autre ordre d'idées, ...
- Je me permets de te rappeler, ...
- Si on recule un peu, ...
- Privilégier le « Oui ET » (rassembleur et inclusif) plutôt que le « Oui, MAIS » (exclusif, passif-agressif)



RECEVOIR LA CRITIQUE

- Favoriser une conversation constructive
- Démontrer de l'empathie
 - Je comprends que la situation vous déplaît.
 - Je comprends bien ce que vous me dites.
 - Je sais que ce n'est pas ce que vous voulez entendre.
 - Merci de prendre le temps de me dire comment vous vous sentez, de me donner votre point de vue.
- Exiger le respect
 - Je veux que la conversation demeure polie.
 - J'aimerais mieux qu'on laisse ça reposer un peu.
 - Je comprends que vous êtes fâché, mais on doit rester calme si vous voulez qu'on se comprenne.
 - Je comprends votre irritation, j'essaie simplement de vous aider.
- S'engager à faire un suivi
 - Je n'ai pas de réponse pour vous, mais je m'engage à passer votre message.
 - Aimerez-vous que je vous rappelle à ce sujet ?
 - Si vous pouviez m'envoyer un petit mot, je pourrais le faire suivre.

CARACTÉRISTIQUES DES BONS ORATEURS

- Écoutent plus qu'ils ne parlent
- Sont d'excellents conteurs (*storytelling*)
- Ont un discours fluide, dépourvu d'hésitations
- Dégagent de l'autorité, de la confiance
- Ont une bonne posture, un langage non verbal détendu, déterminé
- Portent des vêtements qui ne dérangent pas le récepteur
- Connaissent leur sujet sur le bout des doigts
- Ont un discours simple, clair, organisé et efficace

APPRIVOISER LA PAROLE PUBLIQUE

- S'exercer devant un miroir
- Se filmer (et se regarder)
- S'enregistrer (et s'écouter)
- Multiplier les occasions de parler en public
- Répéter ses présentations plusieurs fois à voix haute (mise en bouche)
- Choisir des contextes contrôlés :
 - Courtes allocutions
 - Présentations de prix
 - Remise de chèques
 - Mots de bienvenue

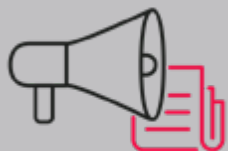
L'ENTREVUE RADIO

- Préparer ses notes, son aide-mémoire, ses messages clés
- Adapter son langage à son interlocuteur, à son public
- Avoir un objectif clair lors de chaque communication
- Se rendre disponible au moment souhaité
- Être bref et clair, les entrevues sont courtes et passent rapidement
- Profiter des questions pour passer ses messages avec les pivots lorsque nécessaire
- Aller en studio chaque fois que possible, surtout pour les entrevues plus hostiles (l'animateur est moins agressif devant vous)
- Garder en tête que la radio est un média de l'intime
- Devenir LA référence sur votre sujet pour être invité de nouveau
- Ne pas s'adresser aux auditeurs, mais bien à l'animateur
- Ne pas interrompre l'entrevue pour des problèmes techniques (retour de son, écho); l'animateur le fera si c'est absolument nécessaire
- Ne pas s'excuser si on bafouille, si on a le rhume, si on a une mauvaise connexion ou du bruit de fond
 - Astuce : À la question « Comment allez-vous? », on ne demande pas à l'animateur « et vous? ». On le sait déjà, il est en ondes avant de nous parler.



LES MESSAGES CLÉS

- 1 communication : maximum de 3 messages
- Répéter ses messages, les décliner, les reformuler
- Adapter les messages aux objectifs
- Décliner les messages dans plusieurs canaux de communication (conversations, courriels, lettres, Web, imprimé, etc.)
- Aider le récepteur à faire des liens augmente la rétention des messages



SE PERFECTIONNER :

- Observer des orateurs amateurs et professionnels
- Critiquer ses propres performances
- Découvrir ses béquilles langagières et ses tics
- Diminuer ses « interrupteurs de discours » (disfluences verbales, ex. : « euh », « tsé », « ben »)
- S'exercer en formule *Hot seat* (interrogatoire)
- Utiliser la radio pour simuler les entrevues
- Participer à des groupes d'orateurs
- Travailler avec un coach individuel



MARIE-EVE DOYON

Femme-orchestre dotée d'un réseau tentaculaire et de ressources presque infinies, je travaille dans le domaine des relations publiques et des communications depuis près de 25 ans. Forte d'une expérience professionnelle diversifiée, je comprends à la fois les impératifs des médias, les enjeux politiques et les défis propres aux entreprises de petite, moyenne et grande taille.

D'une efficacité redoutable en situation d'urgence, j'accompagne régulièrement des personnalités et des organisations en période de gestion de crise.

Au fil du temps, j'ai formé de nombreux élus, candidats, personnalités et artistes pour les aider à comprendre la dynamique des relations avec les médias et les préparer à prendre la parole en public. En 2012, j'ai fondé MEDia Relations Publiques, un cabinet-conseil offrant tout un éventail de services taillés sur mesure pour mes clients.

MEDia Relations Publiques vous aide à clarifier votre message et à développer les compétences pour le transmettre efficacement.

Chez MEDia Relations Publiques, nous croyons fermement que vous êtes le meilleur porte-parole de votre organisation. Nous croyons également que tous nos clients peuvent développer les compétences et la confiance pour prendre en charge la majeure partie de leurs activités de communication et de relations publiques.

NOS FORMATIONS

- Relations médias
- Gestion de crise
- Prise de parole publique
- Gestion des réseaux sociaux
- Rédaction stratégique
- Discours et entrevues
- Principes des relations gouvernementales

Que vous soyez une PME en démarrage, un entrepreneur établi, un aspirant politicien ou une personnalité publique en pleine gestion de crise, nos services s'adaptent à vos besoins et à votre budget.



CONTACT

MEDia Relations Publiques

medoyon@media-rp.com

Tél.: 418 806-3696