

A simple line-art icon of a laptop computer, with the screen area containing text.

Les formations
virtuelles
de l'AFO

Relations publiques 102

Les outils

Table des matières

Ce que nous avons vu en relations
publiques 101

Les trois outils que nous verrons

1. Le communiqué

2. L'infolettre

3. La publication Facebook /
Instagram

Conclusion

Questions?



Les formations
virtuelles
de l'AFO

Ce que nous avons vu en Relations publiques 101

Quatre conclusions de RP101

- Les médias priorisent.
- Les petites organisations et les minorités linguistiques sont rarement leur priorité.
- Elles peuvent se distinguer par la nouveauté et le terrain: les mettre au centre des rapports.
- Les outils sont utiles à maîtriser, ce qui compte ce sont les réseaux, ce qui ne demande pas nécessairement beaucoup de moyens, mais qui demande du temps.



Ce que nous verrons aujourd'hui

Trois outils pour trois publics

- Le communiqué: pour parler aux médias
- L'infolettre: pour parler à vos membres et sympathisant·e·s
- Facebook et Instagram: pour parler au grand public

Avant de commencer: le plus important

**Écrire pour
son public.**

**Aucune
porte
ouverte.**

**Court,
simple,
clair.**

Le communiqué

Le communiqué: Pour qui? Pour quoi?

- Pour qui: les médias.
- Pour quoi: annoncer une nouvelle à l'ensemble de la communauté.

Le communiqué: quoi et comment?

- Dimension: +/- 300 mots
- Format:
 - Un titre qui dit la nouvelle
 - Un lead (ou chapeau) qui dit les éléments importants
 - Des citations qui donnent de la vie et du naturel
- Style journalistique:
 - Pyramide inversé
 - Ton neutre

Le titre

- Court (10-15 mots)
- Frappant, imagé
- Contient le cœur de la nouvelle

Le lead

- Deux phrases, maximum trois.
 - Répond aux question Qui? Quoi?
 - Donne le comment ou le pourquoi le plus important.
 - Suffit à comprendre l'ensemble de ce qui est important, on pourrait arrêter de lire après l'avoir lu.
- 

Les citations

- Style naturel et parlé
- Reformule les éléments importants d'un point de vue subjectif
- Donne de la vie, du dynamisme

Le communiqué: quelques exemples

- Exemple 1:

<https://www.newswire.ca/fr/news-releases/prevention-jeunesse-875-000-pour-des-initiatives-communautaires-837929935.html>

- Exemple 2:

<https://www.newswire.ca/fr/news-releases/delais-a-l-assurance-emploi-le-chien-qui-court-apres-sa-queue-897424928.html>

- Exemple 3:

<https://www.newswire.ca/fr/news-releases/projet-de-loi-no-32-sur-la-liberte-academique-en-milieu-universitaire-un-projet-de-loi-qui-necessite-des-ajustements-importants-selon-la-csq-et-la-freug-csq-807437236.html>

Exercice: écrivez un titre et un lead

- Vous êtes salarié-e d'une coalition d'organismes qui travaille sur les questions de logement.
- Cette année vos groupes membres ont deux fois plus de personnes que l'année précédente qui viennent demander de l'aide.
- Vos groupes n'ont pas les ressources pour faire face à cette demande, le gouvernement doit vous financer davantage.
- Les conditions de travail sont tellement minimales que plusieurs employés menacent de partir, ce qui fragiliserait des groupes.



Students, write your response!



L'infolettre

L'infolettre: Pour qui? Pour quoi?

- Pour qui: vos membres et vos sympathisant·e·s.
- Pour quoi: tenir les gens près de vous au courant de vos activités et de ce qui touche votre organisation.

L'infolettre: quoi et comment

- Dimension: +/- 150 mots
- Format:
 - Quatre ou cinq informations différentes au maximum.
 - Priorisation des éléments importants en premier et des appels à l'action.
 - Une image et un très court texte (deux phrases) pour chaque élément.
 - Toute l'information factuelle et un lien vers votre site pour plus de détails.
- Style informatif
- Ton sympathique en restant formel

Exercice: cinq titres d'infolettre en ordre

**L'arrivée
d'une
nouvelle
DG**

**Souper de
financement**

**Pétition à
signer pour
plus de
logements
sociaux**

**Ouverture
d'une
nouvelle
coop**



Students, write your response!

Facebook et Instagram

Fb et Ing: Pour qui? Pour quoi?

- Pour qui: le grand public.
- Pour quoi: faire connaître votre organisation, ses activités et faire réagir positivement

Fb et Ing: quoi et comment

- Dimension: +/- Une ou deux phrase
- Format:
 - Favoriser ce qui comporte une image une vidéo.
 - Publier de façon régulière.
 - Payer de la publicité quand c'est important.
 - Faire des appels à l'action (aller vers un site, participer à un événement).
- Style léger.
- Ton informel et blagueur, ajout d'émoji, invitation à interagir.

Exercice: transformer ce communiqué en publication

Lisez ce communiqué:

<https://www.newswire.ca/fr/news-releases/crises-du-logement-500-organisations-s-unissent-pour-reclamer-une-politique-d-habitation-au-quebec-833268992.html>

Proposez une publication que cette organisation pourrait faire sur Facebook ou Instagram avec une description de l'image qui serait adéquate selon

VOUS.

Students, write your response!

Conclusion

**Écrire pour
son public.**

**Aucune
porte
ouverte.**

**Court,
simple,
clair.**



Merci!
Des questions: stremblay@ustpaul.ca



613-744-6649 | 435 rue Donald, bureau 336, Ottawa (ON) K1K 4X5