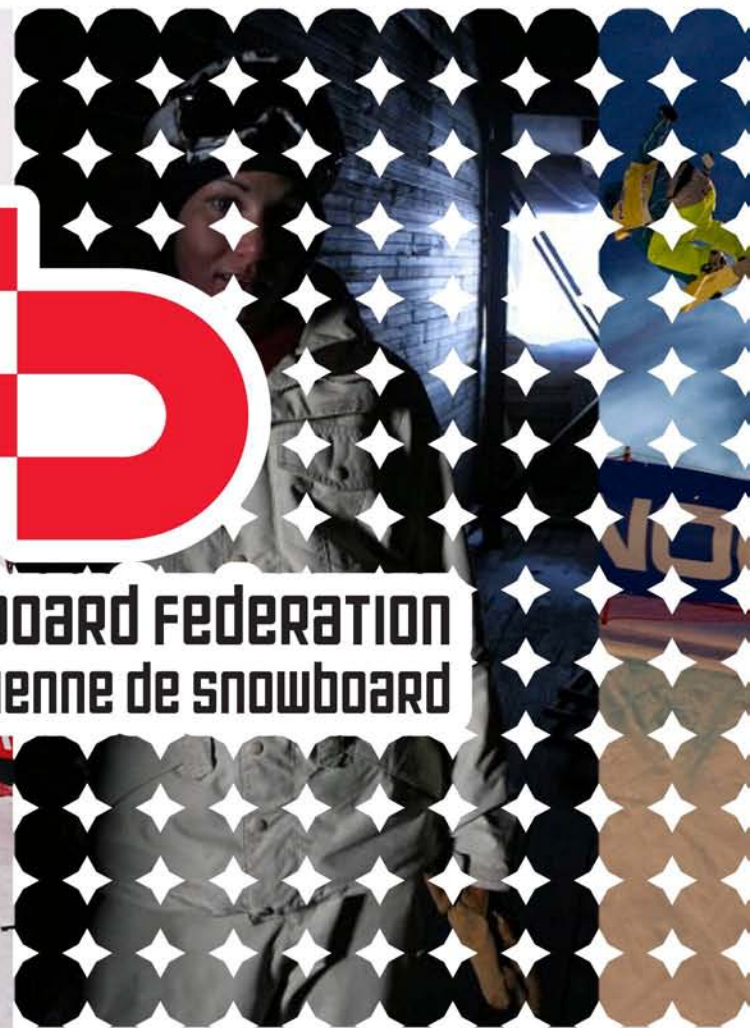


# Relations avec les Médias



**canadian snowboard federation**  
**Fédération canadienne de snowboard**



**canada snowboarding**



# Agenda

- 1) Les médias, un aperçu
- 2) Message clés
- 3) Techniques de transition
- 4) Les trappes de l'entrevue
- 5) Conseils pratiques de l'entrevue
- 6) Soyez crédible
- 7) Conclusion



# Les médias: un aperçu

## TYPES DE MÉDIA

- Imprimé
- Radio
- Télévision
- Internet/Nouveau Média
- Média sociaux (nouveau)

## “LE JOURNALISTE”

- C’est un professionnel... mais il est humain
- Il a un travail à faire, comme tout le monde... Lui aussi a des dates limites
- Il suit un Code d’éthiques, et il est responsable de ses actions.



# Message clés

Les messages clés sont un élément essentiel dans votre coffre à outil dans vos efforts de communications. Ils sont le cœur de votre écriture. Les messages clés ouvrent la voie vers une communication directe avec votre audience, parce qu'ils agissent comme transition entre ce que savent déjà votre audience, et ce qu'elle devrait savoir.

Principalement, les messages clés bien rédigés vous aident à cristalliser vos pensées et opinions. Les messages clés devraient être en ligne avec votre stratégie globale de vos activités, supportant vos équipes de marketing et de leadership.

## Quand utiliser les messages clés?

- Communications internes
- Commanditaires
- Médias
- Athlètes/Entraîneurs

## Key Messaging

CLAIR: Soyez clair, et précis. 3 points, maximum.

CONNECT: Connaissez votre audience.

CONCIS: Gardez le tout court. Les "soundbites" sont préférés.

INTÉRESSANT: Rendez vos messages intéressants, plaisants et compréhensibles pour tous.

CONSTANCE: Répétez, Répétez and Répétez.



# Techniques de transition

## Qu'est qu'une "transition"

Une des plus importante technique est celle de la "transition". La transition est un moyen important de prendre le contrôle de l'entrevue, et de la diriger dans la direction où vous voulez arriver. L'objectif d'une entrevue média est de communiquer avec le journaliste quelques messages clés qui sont clairs, honnêtes, précis, brefs et mémorables. Si bien exécutez, la transition améliorent de façon significative l'apparition de vos messages dans la version finale de l'article. En utilisant les techniques de transition, un porte-parole peut rediriger l'entrevue vers des questions plus importante pour l'organisation.

## Comment effectuer la transition?

- "Ce qui est important de savoir, c'est..."
- "Par contre, ce qui est plus important à regarder, c'est..."
- "Par contre, le réel problème est..."
- "Et ce que tout cela veut dire, c'est..."
- "Ce qui est important à se souvenir ici, c'est..."
- "Si nous regardons d'une position plus éloigné ..."
- "D'une autre perspective, nous observons que..."
- "Laissez moi vous mettre en contexte en mentionnant que....."
- "Avant de continuer, laissez moi mettre l'emphase sur..."
- "C'est un point important, parce que..."
- "Le cœur du problèmes, c'est..."
- "Laissez-moi vous corriger, ..."



## Les “Règles d’Or”

- Préparez et connaissez vos messages clés
- Transition, Transition, et Transition: Prenez le contrôle de l’entrevue
- Vous n’êtes JAMAIS “off the record”
- “Aucun commentaire”: Évitez à tout prix.
- Ne mentez pas. Faites “transition” au lieu...
- Ne vous battez pas. Le journaliste peut vous faire paraître comme stupide. IL fait le montage.
- Présentez-vous bien et crédible.
- Évitez les termes techniques, jargons et acronymes (CSF/FIS/PGS/OTP)
- Vous êtes les experts!!, mais... demeurez dans votre champ d’expertise.
- Établissez les règles avant l’entrevue.
- Prenez le départ avec votre message. --> Restez sur vos messages.
- Remerciez le journaliste à la fin. Eux aussi peuvent se sentir inconfortable.



# Évitez les “trappes” d’entrevues

## **Distractions**

- Concentrez-vous sur l’entrevue & ignorez le décor
- Gardez un contact direct avec la personne qui vous interview

## **Micro actif et silence**

- Une longue pose après une questions difficile. – Ne vous sentez pas obliger de vous forcer.
- Votre micro et les caméras sont toujours “allumé”

## **Questions hypothétiques**

- Le mot “SI” devrait immédiatement sonner l’alarme.
- Répondez à des questions spécifique, évitez de spéculer... Forcer le journée à redéfinir la question .

## **Questions contenant de la fausse information**

- Faites attention aux questions qui possède une lourdeur émotionnelle, des commentaires ou citations erronées
- Ne répondez pas à des allégations ou rumeurs
- Ne répétez pas des questions lourdes



# Évitez les “trappes” d’entrevues

## Questions à choix limités

Vous donnez seulement deux options – A ou B.

Ne choisissez pas de réponses même si une est partiellement correct.

## Gérer les interruptions.

Assurez-vous d’être concis, direct et clair.

Ne soyez pas frustré ou fachez.

Rappelez au journaliste que les auditeurs aimerait avoir une réponse complète.

## Questions à plusieurs parties

Si vous pouvez consolider les questions, faites-le.

Si trop compliquez, dites aux journalistes que vous allez répondre à la plus importante question selon vos yeux

Demandez de reposer la questions si possible.

## Questions émotionnelles

Attendez vous à ce que ces questions se pointent – préparez-vous. Malgré quelles soient souvent évitez, un bon balan entre les émotions et le leadership aidera à vous “humaniser”.

## Utilisation de l’humour dans les questions

Peut être un bon moyen de diffuser, ou d’éliminer un commentaire positif.

Si vous utilisez l’humour, faites-le intelligemment. Si dans le doute, évitez



## Conseils pratiques

- Soyez organisé et concis
- Concentrez sur la question qui vous êtes posée.
- Rappelez-vous que vous êtes interviewé parce que vous êtes connaissant; vous êtes l'expert.
- Préparez votre voix avant une entrevue.
- Ne pas répéter les négatifs! Gardez le tout positif.
- Utiliser des anecdotes et histoires

**Soyez préparé:** Préparez en avance deux ou trois idées clés que vous voulez communiquer. Anticipez les questions clés qui feront surface lors de l'entrevue.

**Soyez positif:** Transformez une question négative en commentaires positifs. Terminez vos réponses sur une note positive.

**Soyez honnête:** Dites toujours la vérité. Si vous ne le faites pas, on le verra.

**Soyez bref:** Cristallisez vos idées en quelques phrases qui résumeront ce que vous voulez dire.

**Soyez vous-même:** Gardez votre voix à un niveau égal. Agissez naturellement.

**Soyez énergétique:** Soyez animé. Utilisez des gestes, expressions faciales et langages corporels pour valider vos mots.

**Soyez concentré:** Concentrez vous sur la personne qui vous parle.

**Soyez confortable, confiant and prenez charge:** Relaxez. Vous connaissez plus que sur le sujet que le journaliste.



# Bonne apparence = Crédibilité

## Vêtements

- Portez votre uniforme d'équipe, en tout temps.
- Évitez chapeau ou tuques, si possible.
- Évitez les vêtements "zébré"
- Enlevez les lunettes de soleil: Celles-ci créer un bouclier entre vos yeux et le public.
- Enlevez vos bijoux et "bling".

## Enthousiasme

- Soyez animé. Utiliser des gestes, expressions faciales et langages corporels pour valider vos mots. À ne pas exagérer.
- Souriez. Une bonne impression ajoute crédibilité.
- Soyez conversationnel. Dîtes-le en 30 secondes ou moins.

## Langage du corps

- Assoyez-vous droit sur une chaise fixe. Les chaises berçantes peuvent déconcentrer les spectateur..
- Ne pas regarder vos notes durant l'entrevue, mais si coincé, utilisez-les.
- Ne pas mâcher de la gomme ou jouer avec votre change dans vos poches.
- Regardez le journaliste et non la caméra. Le mouvement exagéré des yeux peut créer un sentiment de non-confiance.
- Debout, avec un pied légèrement en avant de l'autre. Vous serez plus en balan.
- Garder vos mains en face de vous, pas trop hautes, pas trop basses.



## Conclusion

Ce que nous avons appris:

- Les journalistes sont humains, ils ont un travail à faire, et ils nous aident à passer notre message.
- Techniques de transition: Dirige l'interview vers vous, Échappe des situations difficile
- Conseils: Relaxe, Avez vos messages prêts. Soyez crédible, préparé, bref et positif.
- Remerciez le journaliste. Ce qu'il fait rapporte des revenue à l'organisation.