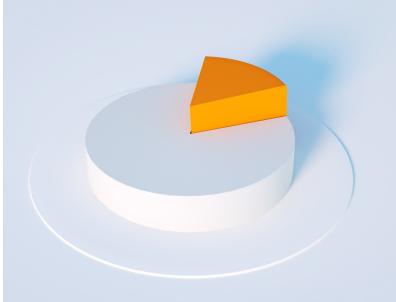
CISION

POURQUOI VOUS DEVRIEZ AJOUTER DES INFOGRAPHIES À VOTRE COMMUNIQUÉ SUR LES RÉSULTATS

Rédigé par Justin Ruiss



Aperçu

L'annonce des résultats trimestriels d'une entreprise est souvent stressante pour la plupart des équipes de relations avec les investisseurs (RI). Non seulement elles doivent s'assurer que leur communiqué trimestriel obligatoire est exact, complet, opportun et conforme à la ACVM, mais elles doivent également capter l'attention des principaux intervenants lorsqu'elles communiquent leur nouvelle. Mais ce n'est pas parce que la ACVM exige l'envoi d'un communiqué de presse pour annoncer les résultats financiers de chaque trimestre que les entreprises publiques ne peuvent pas faire preuve de créativité quand elles communiquent leurs nouvelles. (Après tout, vous ne voulez pas que quelqu'un s'endorme au beau milieu de votre dernier communiqué sur les résultats.)

Auparavant, les annonces sur les résultats servaient principalement à informer les investisseurs institutionnels de manière générale, mais avec la montée de l'investissement de détail, les entreprises publiques doivent en faire davantage pour attirer l'attention de ces nouveaux investisseurs. Mais comment faire? Après tout, avec tant de directives à respecter, il n'y a plus beaucoup de place pour la créativité. Sauf si, bien sûr, vous ajoutez des éléments visuels.

Lisez la suite pour voir comment les éléments visuels peuvent stimuler l'intérêt envers votre communiqué sur les résultats et le faire ressortir auprès des investisseurs que vous convoitez.



Les investisseur particuliers veulent des informations faciles à comprendre

L'investissement de détail a récemment gagné en popularité avec l'apparition de plateformes de négociation conviviales comme Robinhood et Webull. Ces plateformes sont intuitives et offrent des négociations fluides, de nombreux services (comme la négociation boursière ou de cryptomonnaies) et la recherche d'actions. De plus en plus, les plateformes d'investissement tentent de répondre à la demande du commerce de détail en lançant de nouvelles applications ou en acquérant des concurrents. Comme de plus en plus d'investisseurs prêtent attention à la performance financière, aux nouvelles et à la valeur d'une entreprise, l'information que vous communiquez doit être claire et facile à comprendre pour tous les publics. En plus d'être facilement accessibles, les entreprises ne doivent pas oublier qu'atteindre l'investisseur de détail est aussi important que parler à l'investisseur institutionnel.



Les éléments visuels font ressortir votre communiqué sur les résultats

L'ajout d'une composante multimédia est la meilleure façon de faciliter la lecture de votre communiqué et d'attirer l'attention de votre lecteur. Selon le <u>rapport 2021 de Cision sur l'état des communiqués de presse</u>, les lecteurs sont deux fois plus susceptibles de s'intéresser à votre contenu si vous ajoutez une image dans votre communiqué de presse plutôt que d'y mettre seulement du texte, et sont six <u>fois plus susceptibles de s'y intéresser si vous ajoutez plusieurs images. Bien que l'ajout de multimédia soit une bonne pratique lors de la création d'un communiqué</u>, il est également vrai que les éléments visuels sont un ajout utile à tout communiqué sur les résultats.

Le concédant de licences de technologies CEVA a récemment publié son communiqué sur les résultats du troisième trimestre, qui comprend une infographie détaillée décrivant ses réalisations importantes. Même si un investisseur de détail n'est pas familier avec les activités de CEVA, cette infographie claire aidera tout investisseur à en apprendre davantage sur le modèle d'affaires de CEVA

Pour les investisseurs institutionnels, CEVA illustre habilement sa thèse d'investissement en utilisant des métriques et des mesures quantifiables faciles à comprendre. L'infographie est un outil fantastique pour les entreprises publiques, car elle permet de décrire les indicateurs clés, les statistiques de croissance et les données de performance, en particulier dans les industries techniques qui utilisent une terminologie précise.



Vos concurrents font appel au multimédia

Le rapport sur l'état des communiqués de presse de Cision indique également que 63 % des entreprises interrogées prévoient intégrer du contenu multimédia dans leurs communiqués au cours des 12 prochains mois. Si votre plus grand concurrent utilise du contenu multimédia dans ses communiqués sur les résultats et que votre entreprise ne le fait pas, il est probable que le public s'intéresse davantage à son contenu. Cela pourrait avoir des répercussions sur vos investisseurs potentiels. Si les investisseur particulier ne s'intéressent pas à votre marque, ils seront moins susceptibles d'investir dans celle-ci. Pire encore, s'ils s'intéressent à vos concurrents, ils investiront probablement dans leur entreprise.



Conclusion

Alors que la plupart des entreprises comprennent de toute évidence l'intérêt d'ajouter du multimédia à un communiqué de presse, les équipes de relations avec les investisseurs doivent être conscientes que leurs informations de croissance doivent être compréhensibles pour les profanes. Plutôt que de simplement mentionner des statistiques de croissance dans le texte de votre communiqué, une infographie indiquant vos données importantes fournira un contenu facile à comprendre pour les investisseur particulier tout en captant également l'attention des investisseurs institutionnels.

Pour savoir comment Cision peut diffuser vos nouvelles auprès des investisseurs, <u>consultez nos solutions en matière de relations avec les investisseurs.</u>





À propos de Justin Ruiss

En tant que directeur des activations RI chez Cision, Justin Ruiss crée et exécute des stratégies de relations avec les investisseurs, notamment des initiatives de vente, des communications marketing et le partage de connaissances et d'idées. L'expérience de Justin en capitaux propres et en recherche primaire l'aide à définir son approche en matière de relations avec les investisseurs.

CISION°

Cision est une plateforme de communication complète permettant à plus de 100 000 professionnels des relations publiques et du marketing du monde entier de comprendre, d'influencer et d'étendre la portée de leurs histoires.

En tant que leader du marché, Cision permet à la prochaine génération de professionnels des communications d'opérer de manière stratégique dans le paysage médiatique moderne, où la réussite de l'entreprise est directement influencée par l'opinion publique.

Cision a des bureaux dans 24 pays à travers les Amériques, L'EMOA et l'APAC, et offre une suite de solutions de pointe, y compris <u>MultiVu</u>, <u>Brandwatch</u>, <u>Cision Communications</u> <u>Cloud®</u> et <u>Cision Insights</u>,

Pour en savoir plus, visitez <u>www.cision.ca</u> et suivez @CNWGroup sur Twitter.

