

RÉINVENTER LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE POUR UNE NOUVELLE DÉCENNIE

Les années 2010 ont été une décennie de bouleversements.

Les innovations technologiques ont entraîné une vague de changements dans la façon dont nous communiquons, apprenons, interagissons et vaquons à nos occupations, de la montée en puissance des médias sociaux aux algorithmes en constante évolution qui ont façonné les moteurs de recherche et le référencement.

Dans l'environnement du marketing de marque, où tout évolue rapidement, un message n'a jamais été aussi vrai : **pour réussir, il faut aller à la rencontre de l'auditoire là où il se trouve et lui transmettre un message qui répond à ses besoins.** Heureusement, l'un des meilleurs outils de votre coffre à outils de marketing est probablement l'un des plus anciens : le modeste communiqué de presse.

I RÉINVENTER LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Les communiqués de presse de l'ère numérique ne se limitent plus aux alertes médiatiques standard d'autrefois. Les changements liés au mode de diffusion et à l'auditoire prouvent qu'il est temps de se défaire des idées préconçues concernant l'apparence et les objectifs d'un communiqué de presse. Nous entrons dans une nouvelle décennie.

Il y a plusieurs possibilités :

- Créez une **expérience multimédia** à l'aide de photos, de vidéos, de fichiers PDF téléchargeables et même de fichiers audios. Les journalistes adorent avoir du contenu créatif à portée de la main lorsqu'ils couvrent une histoire et les lecteurs seront attirés par une présentation accrocheuse qui promet plus qu'un texte statique.
- Allez encore plus loin en générant une **page de destination personnalisée** pour accompagner votre communiqué. Un communiqué multimédia allie la diffusion traditionnelle sur le fil de presse à une page de destination unique et soignée qui suscite l'engagement de l'utilisateur.

Les communiqués de presse ne doivent plus être ennuyeux. Tirer profit des solutions qui s'offrent à vous pour personnaliser vos nouvelles et leur diffusion vous donne la souplesse nécessaire pour vous adapter et évoluer.

POURQUOI ENVOYER UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE?

Si la nouvelle tendance en matière de communiqués de presse est de rompre avec la tradition, pourquoi se donner la peine d'en envoyer un? Pourquoi diffuser un communiqué plutôt que publier sur un blogue ou faire de la publicité?

C'est simple: **parce que les lecteurs et les journalistes font confiance aux communiqués de presse.**

Les normes éditoriales auxquelles se soumettent les entreprises de diffusion de communiqués de presse contribuent à créer un contenu informatif de qualité. Cela inspire confiance tant aux journalistes qu'aux consommateurs.

Selon une étude menée dans le cadre du Media Insight Project, « la confiance est un facteur important de différenciation pour bâtir son auditoire ».

Cette étude s'est penchée sur les façons dont les gens reçoivent leurs nouvelles et décident lesquelles sont dignes de confiance. Les facteurs les plus importants pour les consommateurs sont l'exactitude, la rapidité et la clarté; ils veulent des nouvelles-chocs faciles à lire et qui entrent rapidement dans le vif du sujet. C'est toute la force du communiqué de presse.

Les communiqués de presse offrent de multiples avantages aux spécialistes du marketing des temps modernes :

- **Les options de diffusion élargies vous permettent de cibler les consommateurs et les médias.** Même si vos campagnes de publicité et vos réseaux sociaux actuels réussissent très bien à attirer des clients, il est peu probable que vous ayez une liste soigneusement préparée de blogueurs et de journalistes ou un accès direct à toutes les salles de nouvelles du pays. La diffusion des communiqués de presse vous permet de mettre le pied à certains endroits auxquels vous n'auriez pas nécessairement eu accès par vous-même.

- **Chaque communiqué de presse raconte une histoire d'une manière bien précise orientée vers l'actualité.** La structure de pyramide inversée, qui place les faits à l'avant-plan avant d'entrer dans les détails, permet aux auditoires occupés de collecter rapidement un maximum d'informations. Alors que l'environnement médiatique est dominé par les pièges à clics, le fait que votre message de marque soit présenté sous forme de récit factuel, pertinent et digne de publication favorise la confiance et le respect.

- **Lorsque vous envoyez des nouvelles au nom de votre marque, vous jouez un rôle actif dans l'histoire de votre entreprise ou de votre organisation.** Lorsque vous envoyez des alertes, vous contribuez à façonner non seulement le contenu, mais aussi le ton des nouvelles qui touchent votre entreprise, ce qui est essentiel au maintien de l'identité et de l'intégrité de la marque.

À mesure que nous avançons dans les années 2020, nous pouvons nous attendre à de nouveaux changements dans le monde et dans les médias. Certains sont prévisibles, d'autres nous prendront complètement par surprise. Il y a cependant une chose dont nous pouvons être certains : les marques les plus prospères seront celles qui accueilleront favorablement le changement et sauront ajuster leurs voiles pour se laisser porter par les vents changeants du marketing.

Accueillir favorablement le changement ne signifie pas nécessairement de tout abandonner ce qui fonctionnait bien; il s'agit simplement de trouver de nouvelles et de meilleures façons de faire en sorte que ces techniques fonctionnent pour vous.

