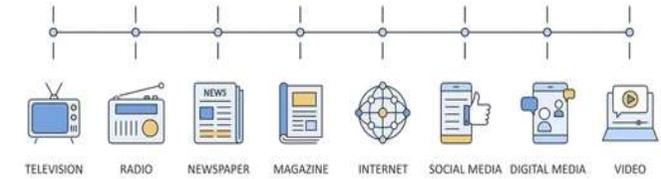


UNIVERSITE de TLEMCEM
Année Universitaire 2024/2025

Le Rôle des Médias dans les Relations Publiques

Mme BENACHENHOU K. A.

Docteur en Management de la Construction



shutterstock.com · 2253150477

« Les médias ne disent pas aux gens quoi penser, mais sur quoi réfléchir. »

Bernard Cohen



Questions à élucider ????

- Comment les médias influencent-ils l'opinion publique et les relations publiques ?
- Quels outils et stratégies permettent de capter l'attention des médias ?
- Comment une organisation peut-elle utiliser les médias pour influencer les perceptions et atteindre ses objectifs de communication ?
- Dans un monde saturé d'informations, comment capter l'attention des médias et toucher son public cible ?



Objectifs

- ❑ Identifier les différents types de médias et leur rôle dans les relations publiques.
- ❑ Apprendre à collaborer efficacement avec les journalistes.
- ❑ Concevoir des stratégies pour maximiser la couverture médiatique.
- ❑ Rédiger des communiqués de presse efficaces.



Médias Traditionnels vs Médias Numériques

Aspect	Médias Traditionnels	Médias Numériques
Exemples	Presse écrite, radio, télévision	Réseaux sociaux, blogs, plateformes vidéo, podcasts
Portée	Locale à nationale, dépend des canaux	Globale, accessible à un public large
Coût	Élevé pour la publicité et la diffusion	Souvent plus abordable, adaptable aux budgets
Rapidité de diffusion	Plus lente (dépend des délais de production et diffusion)	Instantanée (contenu publié en temps réel)
Engagement	Interaction unilatérale (auditeur passif)	Interaction directe et immédiate avec l'audience

Construire une Relation Durable avec les Médias

Comprendre les contraintes des journalistes (délais, angles d'approche).

Fournir des informations claires et prêtes à l'emploi.

Maintenir des contacts réguliers sans être envahissant.

Stratégies pour Attirer l'Attention des Médias



Les Clés d'un Communiqué de Presse Réussi

Structure

- Titre accrocheur, introduction claire, corps informatif, conclusion concise.

Règles

- Format professionnel, éviter le jargon, inclure des citations et des données chiffrées.

Études de Cas sur l'Influence des Médias

- Coca-Cola : Partagez un Coca : Personnalisation de masse pour créer un engagement global.
- Nike : Dream Crazy : Prise de risque en soutenant Colin Kaepernick, un athlète controversé.
- Campagne "Solar for All" par SunPower Corporation
- Projet "Energy Positive House" en Norvège
- Campagne de Schneider Electric sur LinkedIn

Etudes de cas [1] : Campagne "Solar for All" par SunPower Corporation

- **Campagne de sensibilisation** : Promouvoir l'utilisation de panneaux solaires via des vidéos éducatives sur YouTube
- **Ces vidéos incluait :**
 - ✓ Des tutoriels sur l'installation des panneaux.
 - ✓ Des témoignages de clients ayant réduit leurs factures d'électricité grâce à l'énergie solaire.
 - ✓ Une simulation en ligne permettant de calculer les économies potentielles selon la localisation et la consommation.
- **Impact :**
 - ✓ +50% de trafic sur leur site web en 6 mois.
 - ✓ Une augmentation significative des demandes d'installation dans les zones ciblées.

Etudes de cas [2] : Projet "Energy Positive House" en Norvège

- **Conférences de presse** : Lancement d'un projet de bâtiment vert avec des journalistes spécialisés
- **Points clés mis en avant** :
 - ✓ Utilisation de matériaux locaux et recyclables.
 - ✓ Toits photovoltaïques produisant 50% d'énergie supplémentaire par rapport aux besoins.
 - ✓ Système de ventilation innovant réduisant la consommation d'énergie de 30%.
- **Impact** :
 - ✓ Articles publiés dans des journaux comme The Guardian et des magazines spécialisés tels que Architectural Digest.
 - ✓ 10 nouvelles collaborations avec des collectivités locales intéressées par des projets similaires.

Etudes de cas [3] : Campagne de Schneider Electric sur LinkedIn

- **Stratégies numériques** : Utilisation de Twitter ou LinkedIn pour partager des innovations ou études d'impact
- **Publications incluaient** :
 - ✓ Des études de cas montrant comment leurs produits ont permis à des entreprises de réduire leur consommation d'énergie de 25%.
 - ✓ Des webinaires animés par des experts sur les bâtiments connectés et les smart grids.
 - ✓ Des infographies interactives expliquant les bénéfices de l'automatisation énergétique.
- **Impact** :
 - ✓ +30% d'interactions sur leurs publications en 3 mois.
 - ✓ Augmentation du nombre de leads qualifiés dans le domaine industriel.

CONCLUSION

- **Les médias sont des partenaires stratégiques pour influencer et atteindre les publics cibles.**
- **Médias traditionnels et numériques : forces complémentaires pour maximiser l'impact.**
- **Importance de relations solides avec les journalistes pour garantir une diffusion efficace.**
- **Stratégies clés : storytelling, événements marquants, newsjacking.**
- **Communiqués de presse percutants : outil fondamental pour informer et convaincre.**
- **Campagnes réussies : transformer des idées en mouvements influents.**

MERCI DE VOTRE AIMABLE ATTENTION

