

Septembre 2007

Copyright Le Nouvel Entrepreneur

Site Internet : <http://www.nouvelentrepreneur.fr/>

Les relations presse et publiques au service des PME-PMI innovantes



Stéphane Berstein, directeur d'Actine Stratégies, agence conseil en communication spécialiste des PME-PMI innovantes, développement durable et santé.

Pour exister sur des marchés concurrentiels, l'entreprise doit se créer une notoriété et assurer un dialogue permanent avec tous ses publics. Mais comment réussir ce challenge ? Deux outils performants : les relations presse et les relations publiques (RP).

Les relations publiques se définissent comme un ensemble de techniques de communication destinées à développer une relation de confiance, d'estime et d'adhésion entre une entreprise, une marque et ses multiples publics. Les relations presse concernent, quant à elles, plus spécifiquement la communication avec les médias et visent principalement à obtenir des articles ou des passages TV/radio.

Pour mettre en place une stratégie gagnante, l'entreprise doit structurer un dispositif cohérent. La méthode professionnelle consiste à définir des messages-clés et à choisir un porte-parole. Dès le départ, l'entreprise doit formuler des objectifs clairs et réalistes dont les résultats seront mesurés à l'issue de la mission.

En outre, l'efficacité du plan de communication dépendra d'une part de la capacité de l'entreprise à identifier et segmenter ses cibles, et d'autre part, des démonstrations qui seront apportées sur un site pilote, un show-room ou sur l'une des installations clients.

Enfin, les RP n'étant guère une science exacte, il est conseillé d'adopter une approche humaine, humble et pragmatique.

Bien protéger ses innovations : une étape indispensable pour communiquer

La protection de la propriété intellectuelle et industrielle est un préalable à tout plan de communication. En effet, le dépôt de brevet ou de marque permet aux entreprises de se protéger des contrefacteurs et d'apporter la preuve d'antériorité de leurs innovations.

Les relations presse ou comment communiquer efficacement auprès des médias

Les médias agissent comme amplificateur et filtre déformant. Pour être efficace, il est important de connaître les priorités et

les attentes des journalistes. Le responsable RP doit leur proposer des informations vérifiées et vérifiables. Les relations presse appellent une grande réactivité et aussi une approche créative qui augmentent les résultats. En outre, les retombées médias, sous réserve de respecter la législation en vigueur sur le copyright, deviennent des outils efficaces d'aide à la vente.

Les relations publiques ou comment constituer un réseau

Les relations publiques ont pour objectif majeur d'aider l'entreprise à construire un réseau de relations favorable à son développement. Ainsi, l'entreprise référencée sur son marché, pourra être associée aux événements et aux temps forts qui la concernent.

Les pièges à éviter :

- Ne communiquer ni trop tôt, ni trop tard ;
- Ne jamais déformer les faits : des relations saines et durables sont fondées sur la confiance ;
- Éviter les relations presse et relations publiques improvisées qui peuvent engendrer des retombées médias négatives et donc néfastes commercialement.

Les relations presse et relations publiques impliquent un travail sur le long terme en vue d'un retour sur investissement. À l'encontre des idées reçues au sein des PME, l'efficacité des RP n'est pas nécessairement conditionnée par des budgets prohibitifs mais dépend davantage des compétences des professionnels. L'idéal pour les entreprises innovantes est de confier la mission à un communicant bénéficiant d'une expertise technique en mesure de vulgariser le concept.

Des actions ciblées, offrant un bon rapport qualité/prix, pourront tout à fait être envisagées. ■