

PME-PMI Innovantes, pourquoi s'intéresser aux Relations Publiques ?



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

L'enjeu des relations publiques est de parvenir à développer une relation de confiance, d'estime et d'adhésion entre une entreprise, une marque et ses multiples publics.

Construire son réseau, l'enjeu principal

Les relations publiques ont pour objectif majeur d'aider l'entreprise à construire un réseau de relations favorables à son développement. Il s'agit pour elle d'être référencée et d'être associée aux événements qui la concernent.

Dispositif à mettre en oeuvre

Concrètement, l'entreprise doit aller à la rencontre de ses publics. Elle peut organiser des événements, des journées portes ouvertes, salons, petits-déjeuners, expositions, colloques, mais également rédiger des lettres d'information. Ces outils sont destinés à renforcer l'image de l'entreprise. Dans certains cas, elle doit s'intéresser à l'évolution des réglementations relatives à son activité : apporter aux décideurs des éléments pertinents, maintenir et/ou construire un cadre légal favorable. La rencontre avec les décideurs ou des investisseurs doit s'accompagner d'une stratégie de com-

Comment exister dans un environnement concurrentiel, se faire connaître et rencontrer les décideurs, les investisseurs et les responsables politiques ? Pour s'affirmer sur le marché, l'entreprise doit assurer un dialogue permanent avec tous ses publics.

munication sur l'échange et le partenariat entre l'entreprise et ces publics.

Dès le départ, l'entreprise doit formuler des objectifs clairs et réalistes dont les résultats seront mesurés à l'issue de la mission. Il s'agit d'identifier et de segmenter les cibles, de définir l'angle et les messages clés. Notons que le choix du porte-parole est tout aussi crucial que celui des arguments. Il est notamment indispensable de veiller à la cohérence entre la communication interne et externe de l'entreprise.

Le couple relations publiques relations presse, un gage de réussite

Les relations publiques nécessitent au préalable une existence médiatique. L'entreprise doit pouvoir faire entendre son point de vue sur les sujets qui la concernent. S'adresser aux médias ne s'improvise pas. 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 articles de presse, les reportages audiovisuels conforteront la position d'acteur incontournable, élément déterminant pour rencontrer les publics de l'entreprise.

Les relations presse et 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. Des actions ciblées et

accessibles aux PME pourront tout à fait être envisagées.

Quelques conseils pour élaborer un plan de relations publiques :

- Définir les enjeux, les opportunités, les risques ;
- Identifier les objectifs et segmenter les publics ;
- Procéder de manière quantifiable et mesurable ;
- Adopter une approche humaine, humble et pragmatique. ■

Les publics concernés :

- Les investisseurs attendent de l'entreprise une vision, un business plan solide et une notoriété ;
- Les fournisseurs cherchent des partenaires fiables ;
- Les prescripteurs recherchent des informations sur les acteurs du marché ;
- Les prospects/ clients souhaitent que la qualité de services soit la préoccupation principale et constante ;
- Les pouvoirs publics/ administrations attendent des faits, des arguments et des solutions aux questions dont ils ont la gestion ;
- Les candidats au recrutement recherchent des projets novateurs.