

Nouvelle entreprise, nouveaux défis !

Lors d'un démarrage d'entreprise, il est très important que les gens parlent de nous. Les relations publiques sont un bon moyen de visibilité et il s'agit d'une méthode moins coûteuse que d'autres. D'ailleurs, cette option apporte aussi une grande crédibilité et ajoute de la notoriété à l'entreprise.

- **Lors du démarrage d'une entreprise, à quoi faut-il penser au niveau des relations publiques ?**

Premièrement, il est important de se fixer des objectifs à atteindre, de cibler sa clientèle, de définir le message à diffuser et de bien sélectionner les moyens pour le faire. Ensuite, il est important de construire une image de marque forte et bien définie (slogan, logo, axe de communication...). Il faut penser à la conception des visuels et avoir recours à des séances de photos professionnelles (employés, lieux, produits...). Il faut concevoir les cartes professionnelles et les objets promotionnels, comme les menus ou les dépliants, par exemple. Les différentes plateformes doivent aussi être prêtes et opérationnelles dès le lancement de l'entreprise, puisque c'est ce que les gens iront consulter suite à l'annonce (site Web, médias sociaux...). Finalement, afin de souligner l'ouverture officielle, un événement 4@6, une conférence de presse et/ou un communiqué de presse sont des techniques de relations publiques essentielles pour bien se positionner.

- **Quels sont les avantages d'embaucher des professionnels en relations publiques pour aider lors du le démarrage d'entreprise ?**

Embaucher des professionnels en communication pour le lancement de votre entreprise vous aide à ne rien oublier et vous assure un suivi professionnel des diverses démarches mises de l'avant. La période de démarrage est très exigeante et cela aide à consacrer du temps sur d'autres tâches.

Plus concrètement, les spécialistes en relations publiques aident à :

- ✓ Déterminer si les objectifs fixés sont réalisables et mesurables ;
- ✓ Bien cibler la clientèle (*à vouloir parler à tout le monde, on ne parle à personne...*) ;
- ✓ Construire les messages clés ;
- ✓ Guider le client dans le choix des moyens à utiliser ;

- ✓ Orienter le client dans la construction de l'image de marque et assurer une cohérence dans tous les messages et les outils ;
- ✓ S'assurer de la qualité des visuels et des objets promotionnels ;
- ✓ Bien coordonner les plateformes avec l'ouverture (site Web, médias sociaux...) ;
- ✓ Réaliser les événements d'ouverture officielle et/ou conférence de presse (invitations et rappels, logistique, déroulement, animation, traiteur...) ;
- ✓ Rejoindre l'ensemble des influenceurs (gens socioéconomiques, politiques et médias) ;
- ✓ Diffuser l'information (partage sur les médias sociaux, rédaction et envoi du communiqué de presse) ;
- ✓ S'assurer de faire les suivis et de réaliser les relations de presse conformément à la réalité médiatique ;
- ✓ S'assurer que les outils sont conformes aux normes de relations publiques afin de maximiser les reprises médiatiques (communiqué...).

- **Une fois que l'entreprise est lancée, est-il encore nécessaire d'avoir recours à des actions de relations publiques ?**

Hé bien, oui ! Une entreprise est constamment en relation avec ses publics, c'est pourquoi il est important de bien planifier ses communications. Aussi, en plus d'une planification générale, une entreprise peut avoir recours à des actions de relations publiques spécifiques, telles qu'annoncer une nouveauté ou un changement (communiqué, conférence de presse...), prévenir ou gérer une crise (plan de gestion de crise), encadrer ses communications internes et externes (politique de communication), augmenter sa notoriété ou mettre en place un repositionnement (plan de communications).

- **Vrai ou faux : quand les bureaux déménagent, aucune action de relations publiques n'est requise.**

FAUX ! Lors d'un déménagement, il est essentiel d'aviser et de rassurer sa clientèle, ses partenaires et ses fournisseurs. Il est aussi important d'informer les médias du nouvel emplacement. De ce fait, organiser un événement d'inauguration des nouveaux bureaux est un bon levier pour avoir de la visibilité et échanger avec ses divers publics en une même occasion. Cet événement permet aussi d'augmenter la fierté des employés. Pour ce faire, vous pouvez confier à des spécialistes en relations publiques le soin de réaliser un plan d'actions pour bien structurer les actions de communication liées au déménagement. Surtout, il ne faut pas oublier de mettre les plateformes et les outils à jour avec les nouvelles coordonnées.

N'hésitez pas à contactez *Beaudoin relations publiques* pour vous accompagner dans vos besoins. *Parce que vos communications, c'est notre passion !*