

## Lexique pour comprendre les relations publiques

Les relations publiques peuvent être floues pour plusieurs personnes et chez *Beaudoin relations publiques*, nous le comprenons très bien. C'est pourquoi nous avons décidé de vous rendre la tâche facile et vous faire un lexique de base avec les mots fréquemment utilisés dans cet univers complexe !

\*\*\*\*\*

### **Relations publiques**

Commençons avec la base : *qu'est-ce que ça mange en hiver des relations publiques ?* Les relations publiques sont une branche spécifique de la communication, en lien étroit avec celles du journalisme et du marketing. Dans une organisation, les relations publiques viennent établir et maintenir l'échange d'informations, l'intercompréhension, la persuasion et les relations entre celle-ci et ses divers publics. Les relations publiques participent également à la gestion et à la prise de décision en situation de crise. Elles tiennent l'organisation informée de l'opinion publique et la conseillent dans ses communications et réponses à donner. Elles s'assurent que l'organisation serve et réponde aux intérêts de ses publics. Elles anticipent les mouvements sociaux et les crises et conseillent en ce sens. Enfin, elles usent principalement de techniques et de stratégies relevant d'une pratique de la communication éthique.

(Source : Harlow (1976), « *Building a Public Relations Definition* », *Public Relations Review*)

### **Relationniste**

Le relationniste est la personne qui s'occupe des relations publiques au sein de l'entreprise. Si personne n'est dédié à cette tâche à l'interne, il est possible de faire affaire avec une firme externe, comme *Beaudoin relations publiques*. Il est possible de trouver des titres différents de « relationniste », qui englobent tout de même les relations publiques, comme conseiller(ère) en communication.

### **Communication interne**

Il s'agit de la communication avec les publics internes de l'organisation. On parle ici des employés et des cadres de tous les départements, des bénévoles, etc. Cette forme de communication est très importante pour procurer un sentiment d'appartenance et s'entendre sur un message commun. Une bonne communication interne dégagera une image d'entreprise forte et cohérente.

## **Communication externe**

Il s'agit de la communication avec les publics externes de l'organisation, soit la clientèle actuelle et potentielle, les partenaires, les fournisseurs, les législateurs, la concurrence, ... Cette forme de communication est très importante dans l'opinion publique. Une bonne communication externe augmentera la notoriété de l'entreprise.

## **Relations de presse**

Les relations de presse correspondent à la communication avec les médias. Elle peut se faire par plusieurs moyens, dont les plus connus, le communiqué de presse et la conférence de presse. Un communiqué de presse est un document écrit présenté comme une nouvelle qui est transmis aux journalistes dans le but d'être repris dans les différents médias, tandis que la conférence de presse est un événement avec des prises de parole où les journalistes sont convoqués. Le relationniste s'occupe aussi de répondre aux questions et demandes d'entrevues de la part des médias.

## **Plan de communication**

Un plan de communication est une planification des actions de communication à court ou moyen terme pour un problème/besoin précis. Il sert à faire une analyse et proposer des actions concrètes en lien avec celle-ci dans le but d'avoir des retombées. Il peut être rédigé dans le contexte d'une ouverture officielle, d'une relocalisation, d'un nouveau service/produit offert ou encore pour augmenter la notoriété.

## **Politique de communication**

Une politique de communication dicte les règles, le cadre général et les normes qui vont s'appliquer à l'organisation quant aux activités de communication. Elle a une durée de vie plus longue qu'un plan de communication. L'avantage d'avoir une politique de communication est de clarifier les rôles de chacun et d'unifier les pratiques.

## **Plan de gestion de crise**

Un plan de gestion de crise est un plan d'action de communication spécifique à une situation de crise. On établit les actions de communication à poser en fonction de toutes les crises qui peuvent potentiellement se produire au sein de l'organisation. On ne peut jamais savoir quand une crise va survenir et celle-ci peut faire très mal à l'organisation. Il est donc très important d'être prêt à minimiser les impacts, voir même atténuer complètement la crise avec une bonne préparation et une bonne gestion le temps venu.

## **Image de marque**

L'image de marque est l'ADN de l'entreprise. C'est une représentation idéalisée de la relation entre l'organisation et son public cible, traduite par une perception, une émotion, une stratégie, ... Elle est essentielle dans la communication d'aujourd'hui. Elle comprend la vision (là où on veut aller), le positionnement (la différenciation avec les autres) et la personnalité (valeurs et traits de caractère de l'entreprise). Une fois l'image de marque déterminée, elle est déclinée par le nom de l'entreprise, le logo, le slogan, les publicités, etc. Une image de marque claire permet d'avoir un message clair et permet d'être plus efficace dans la prise de décisions.

## **Notoriété**

Jourir d'une bonne notoriété se rapporte à la notion de popularité. Il est important d'avoir une bonne visibilité afin de se faire connaître du public, dans le but de se positionner positivement comme leader dans la tête du public et ensuite répondre aux objectifs d'entreprise.

## **Réseautage**

Réseauter correspond à l'ensemble des activités ayant pour but de multiplier les contacts professionnels. Sous forme de 5@7, de déjeuners d'affaires ou encore d'événements spéciaux, le réseautage est très avantageux pour une entreprise, puisque le bouche-à-oreille reste un excellent moyen d'échanger de bonnes références. Le partage de cartes professionnelles est de mise !

Vous pourrez maintenant dire que vous connaissez un peu mieux l'univers des relations publiques ! Et si ce n'est pas le cas, n'hésitez pas à contacter *Beaudoin relations publiques* pour toutes questions. Nous pourrions certainement vous apprendre encore une ou deux choses. 😊