



Parks
Canada

Parcs
Canada

Canada

Parcs Canada

11e forum touristique du Québec
Maritime

L'importance des relations avec les
médias et les journalistes de voyage

Novembre 2016





Qui suis-je? Guy Thériault.

- Responsable des relations avec les médias de voyage à Parcs Canada depuis 2008
- 2006-2008, Responsable des voyageurs de groupe et croisières à Parcs Canada
- 2000-2006, Gestionnaire des opérations au canal Rideau, secteur Nord
- 1997-2000 Directeur des ventes et des relations avec les médias chez Sandals & Beaches Resorts (Québec)
- 1995-1997 Tourisme Outaouais, Relations avec les médias de voyage, les voyagistes et le développement économique
- J'enseigne également le tourisme au Collège La Cité (temps partiel)



Guy
Thériault



Objectifs de la session d'information :

- Comprendre les différentes étapes afin de développer les relations avec les médias de voyage.
- Se familiariser avec les outils pour maximiser vos relations avec l'industrie des médias de voyage.
- Connaître le protocole et les attentes quand nous collaborons avec les médias de voyage.





Relations avec les médias de voyage

- Une excellente manière de faire la promotion de vos produits et services aux futurs visiteurs, aux nouveaux clients et à la population locale
- Quel est le public-cible que vous voulez atteindre?
- Quels sont les messages clés que vous voulez mettre de l'avant?
- Rappelez-vous, vous êtes l'expert et le spécialiste de ce que vous avez à offrir! Identifiez vos produits et expériences!
- Conservez une liste de journalistes qui vous semblent prospères pour votre région ou pour votre produit. Faites vos devoirs à l'avance en les suivant sur les médias sociaux, et tendez la perche via courriel ou courrier.
- Collaborez avec vos partenaires touristiques locaux. L'union fait la force!
- Ayez toujours une attitude positive lorsque vous travaillez avec les médias et vos partenaires. Soyez patient, et prenez conscience de l'importance de toujours faire un suivi.



Bien connaître et comprendre les médias

- Médias de voyage à la pige
- Médias à contrat confirmé
- Médias de magazine
- Bloggeurs de voyage
- Influenceurs de médias sociaux
- Réalisateur télé
- Animateurs radio
- Notez bien que certains membres des médias portent plusieurs chapeaux.





Quel est votre marché cible?

- Capitalisez sur la connaissance de vos partenaires : ATR, Québec Maritime, Tourisme Québec, Destination Canada, Parcs Canada, etc.
- Faites vos recherches et suivez de près les journalistes qui pourraient correspondre à vos activités, produits et offres.
- Soyez conscient de ce que les gens disent à votre sujet sur les médias sociaux. Ne sous-estimez jamais le pouvoir d'influence des médias sociaux, des blogueurs de voyage et des sites Web. Ce sont des éléments clés qui peuvent vous aider à développer votre propre réseau de contacts.
- C'est à vous d'entretenir et d'approfondir vos relations avec les journalistes de voyage personnellement, et avec les publications en général.



Vos outils de communication

- Communiqués
- Trousse média
- Conférences de presse
- Tenue de tournées de familiarisation des médias de voyage
- Avoir une bonne sélection de photos dans votre banque d'images
- Assurez-vous d'avoir du métrage vidéo à votre disposition





Accueillir les médias

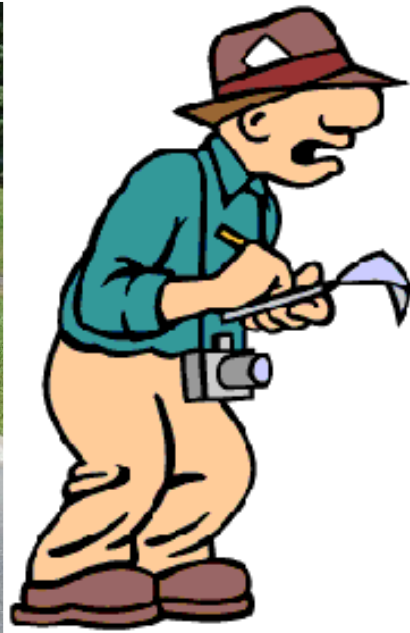
- Comment trouver le « match parfait »
- Quoi faire quand les médias vous approchent directement
- Collaborez avec vos partenaires de l'industrie pour créer une tournée de familiarisation réussie
- Choisissez le meilleur temps de l'année
- Choisissez la taille optimale pour votre groupe de médias
- Comprenez les besoins variés des médias. Soyez conscient des différences culturelles





Très important!

Assurez-vous d'offrir aux médias de voyage la même expérience que s'ils étaient des visiteurs (clients).





Connaissez et mesurez votre auditoire

- Assurez-vous de laisser du temps libre à vos médias pour qu'ils puissent relaxer et profiter des lieux à leur rythme, travailler, afficher sur leurs médias sociaux, partager des images, etc.
- Autrement dit, laissez-les respirer!





Liste de contrôle pour une visite media réussie

- Soyez prêt : assurez-vous que votre site est en ordre, propre et présentable. Assurez-vous aussi que votre équipe est au courant de la visite.
- Assignez un porte-parole et hôte responsable d'accueillir les médias. Cette personne doit être au courant de l'itinéraire complet, du profil des médias et de leurs besoins. Il doit aussi connaître votre produit/site sur le bout des doigts afin de pouvoir répondre à n'importe quelle question (pour une entrevue, par exemple).
- Connaissez votre auditoire et mettez-y le paquet!
- Des collations, et des breuvages sont toujours appréciés et représentent un excellent investissement.
- Partagez l'horaire avec les médias de voyage pour qu'ils sachent à quoi s'attendre.



Liste de contrôle – suite...

- Accordez du temps libre.
- Pensez aux émotions et contacts personnels qui peuvent ajouter à la valeur de l'histoire.
- Mettez l'arrière-scène de l'avant.
- Demandez aux médias de voyage si vous pouvez partager les photos que vous prenez d'eux alors qu'ils profitent de vos lieux sur vos médias sociaux.
- Assurez-vous de disposer d'une trousse de presse, de cartes d'affaire et d'images en haute résolution pour les médias de voyage à la fin de leur expérience. Notez qu'une clé USB est très pratique compte tenu de la taille de leurs bagages.
- Les cadeaux sont appréciés, mais attention à la taille.





Faites toujours des suivis

- Suivi, suivi, suivi
- Si vous avez l'adresse postale de la personne, faites un suivi avec une note de remerciement personnalisée et écrite à la main. Cela aide grandement à bâtir la relation.
- Restez en contact avec votre ATR et Québec Maritime afin de leur offrir de la rétroaction, d'accueillir d'autres groupes et de participer à d'autres tournées.





Bourses médias de voyage

- Informez toujours vos partenaires touristiques des nouveautés à votre site. Ces partenaires participent à des bourses médias à travers le monde, alors n'oubliez pas de partager les dates importantes, les célébrations, les nouvelles attractions, etc. afin qu'ils puissent en faire la promotion à l'échelle nationale et internationale.
- Canada Media Marketplace
- GoMédia
- Travel Media Association of Canada





La valeur de la presse écrite de voyage

- En moyenne, un article papier vaut environ quatre fois le coût d'une publicité de mêmes dimensions.
- Il s'agit donc d'un excellent investissement de votre part.





Rappels importants

- Gardez votre réseau à jour à mesure que vous développez vos relations avec les médias.
- Concentrez-vous sur la qualité et non la quantité.
- Soyez créatif dans vos communiqués et notes de presse – maintenez le suspense.
- Évitez le bla bla inutile dans vos communications écrites. Gardez les choses simples avec un facteur wow.
- Gardez en tête que les médias et éditeurs sont bombardés de courriels sur une base quotidienne.
- Si vous tenez une conférence de presse, choisissez bien l'endroit (lumière, son, arrière-scène, décor, vues).
- Si vous avez une mascotte ou des figurants en costume, assurez-vous qu'ils sont sur les lieux pour accueillir les médias, et qu'ils sont disponibles par la suite pour la prise de photos.



Rappels importants – Suite...

- Faites vos devoirs et vos recherches avant d'accueillir les médias.
- Gardez vos conférences de presse courtes, au point et stratégiques.
- Invitez vos partenaires et vos voisins à votre événement. Ces gens sont aussi vos ambassadeurs.
- Si vous offrez de la nourriture, pensez à vos produits locaux.
- Soyez vrai, soyez authentique.
- Si vous n'êtes pas à l'aise comme porte-parole, trouvez une vedette dans votre équipe qui peut faire le travail.
- Si vous planifiez un événement extérieur, assurez-vous d'avoir un Plan B en cas d'intempéries.



Rappels importants – ...fin

- Si des enfants ou des animaux sont présents, rappelez-vous que vous n'êtes pas à l'abri des imprévus.
- Remerciez vos invités. Faites un suivi, et gardez-les informés de vos nouveautés à venir.





Parks
Canada

Parcs
Canada

Canada

Parcs Canada

Merci! Thank you!

Questions? Commentaires?

guy.theriault@pc.gc.ca

[@guy_theriault](https://www.instagram.com/guy_theriault)

