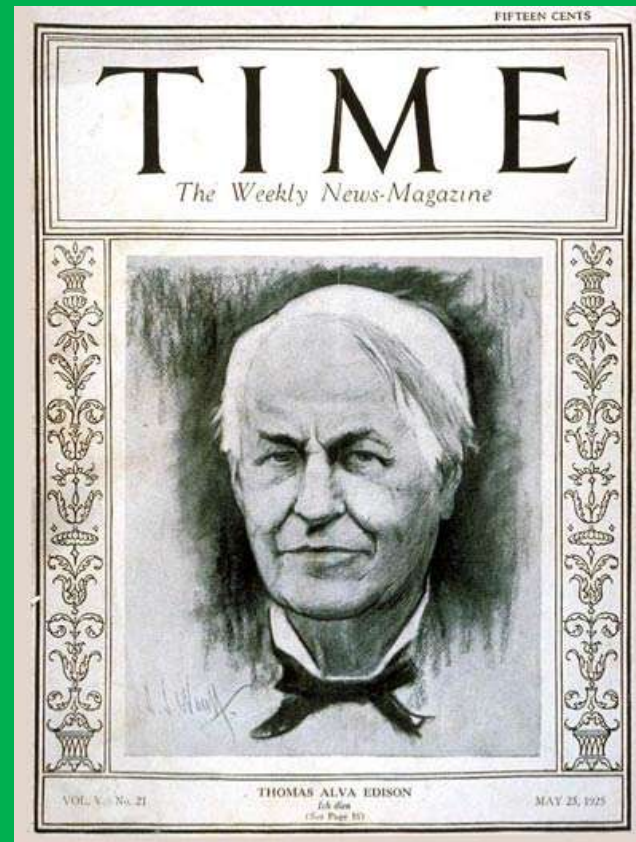
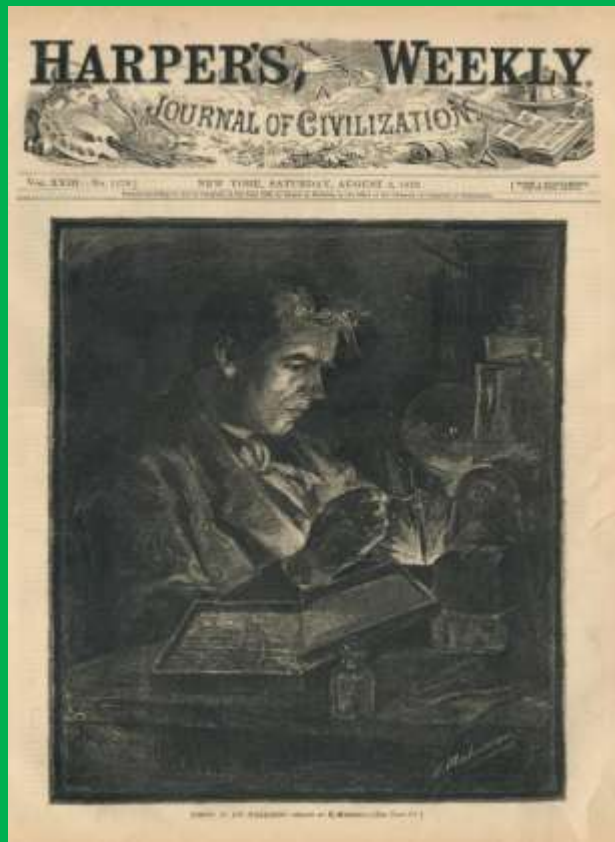


CE QU'IL FAUT FAIRE (ET NE PAS FAIRE) POUR ATTIRER L'ATTENTION DES MÉDIAS

Quelques conseils à l'intention des start-ups

Par Julien Brault
journaliste à Les Affaires

IL FAUT...



Accepter toutes les demandes d'entrevues, à toute heure du jour et de la nuit.

IL NE FAUT PAS...



Envoyer un communiqué de presse lorsque le pdg est en vacances ou dans un avion.

IL FAUT...



Être capable d'expliquer ce que fait votre start-up et quel en est l'impact à un enfant de cinq ans.

IL NE FAUT PAS...



Assumer que les journalistes technos peuvent apprécier le génie qui se cache dans vos algorithmes.

IL FAUT...



Offrir quelque chose d'exclusif au journaliste dont vous voulez attirer l'attention.

IL NE FAUT PAS...



Essayer
d'impressionner
un journaliste en
énumérant tous
les médias à qui
vous avez déjà
parlé.

IL FAUT...



Lire les articles
d'un journaliste
avant de le
contacter.

IL NE FAUT PAS...



Contacter tous
les journalistes
d'une même
publication pour
leur proposer la
même histoire.

IL FAUT...



Avoir un jeu de
photos de presse
illustrant le cœur
de métier de
votre start-up.

IL NE FAUT PAS...



Envoyer vos
photos de
mariage à un
journaliste qui
vous demande
une photo pour
illustrer un article.

IL FAUT...



Faire ressortir
l'aspect
dramatique de
vos rivalités.

IL NE FAUT PAS...



Faire n'importe
quoi pour attirer
l'attention.

IL FAUT...



Être capable de projeter le rôle de votre start-up dans un futur inspiré de la science fiction.

IL NE FAUT PAS...



Annoncer un produit qu'on ne sera pas en mesure de livrer à temps.

IL FAUT...



julien.brault@tc.tc



linkedin.com/in/julienbrault



[@julienbrault](https://twitter.com/julienbrault)



facebook.com/brault

Me confier en
exclusivité toute
primeur
concernant
votre start-up.

«YOU KNOW, I LIKE A HUSTLER»

THOMAS EDISON

Soyez créatifs! Les journalistes ont soif de nouveautés.
Débrouillez-vous pour leur en mettre plein la vue tout
en évitant de vous mettre les pieds dans les plats.