

communicateurs EFFICACES

Comment donner à votre plaquette de présentation la véritable image de votre entreprise

Que votre entreprise soit petite ou grande, vous devez avoir un document imprimé qui explique en quelques mots ce que vous faites, comment vous le faites, quel service vous pouvez rendre.

Les occasions pour remettre cette plaquette d'information sont innombrables : rencontre avec un prospect, client, fournisseur, un banquier, à un dîner, etc. Bref, à chaque fois que l'occasion se présente, faites en sorte que l'on se souvienne de votre entreprise. Comme une carte de visite, cette plaquette prolonge votre rencontre, laisse une trace.

Que vous élaboriez une plaquette luxueuse et prestigieuse, ou une plaquette plus simple, respectez ces quelques points :

– Une bonne plaquette doit être adaptée au style de l'entreprise

Comme une carte de visite, ce document que vous remettez parle de vous, il doit donc être de bon goût et correspondre à votre image, à votre style.

– Couleur ou noir et blanc ?

Une grosse entreprise fera élaborer sa plaquette par un

spécialiste (copywriter, graphiste, photographe, etc.). Elle sera en couleurs, avec des illustrations. Mais 2 pages bien écrites et imprimées avec votre imprimante laser peuvent aussi parfaitement bien faire l'affaire.

– Une bonne plaquette ne se démode pas

Créer une plaquette coûte cher. Mieux vaut éviter de la changer tous les 3 mois. Même si le propre d'une entreprise est le changement, l'évolution, évitez d'y mettre trop d'éléments qui changent rapidement. Elle se démoderait très vite et perdrait toute son efficacité.

Si, à chaque fois que vous remettez votre plaquette, vous devez expliquer que M. X n'est plus là, que votre filiale à Rio n'existe plus et que les graphiques ne correspondent plus exactement à la réalité, vous perdez toute crédibilité et produisez un effet négatif. Mieux vaut avoir une plaquette simple mais d'actualité.

– Optez pour des solutions souples

Si vous devez opérer régulièrement des changements dans votre plaquette, trouvez une solution pour faire une révision rapide et peu chère. Vous pouvez, par exemple, faire réaliser une "couverture" plus luxueuse contenant des informations "stables" et ne reprendre que les pages intérieures.

– Réalisez une plaquette simple

Ce que vos prospects veulent, c'est savoir l'essentiel. Votre langage doit être simple, direct et positif. Personne n'a le temps de perdre de précieuses minutes à lire la prose expliquant votre philosophie profonde.

Pas d'autosatisfaction ni d'égoïsme. Au lieu de vous dire que vous êtes les plus beaux et les meilleurs, parlez de la préoccupation de votre client : de quelle information a-t-il besoin ? Au lieu de la photo pompeuse de votre nouvelle usine ou de votre beau P-d.g., montrez une nouvelle installation qui vous permet d'acheminer vos livraisons plus rapidement, etc.

– Choisissez un format classique

Une plaquette doit pouvoir être postée et classée facilement. Votre client voudra la mettre dans son attaché-case. Facilitez-lui la vie.

– Regardez ce que font vos concurrents

Lorsque vous créez une plaquette, constituez-vous un stock de documents d'entreprises concurrentes, mais aussi d'entreprises totalement différentes. Analysez-les. Prenez votre temps.

– Demandez plusieurs avis autour de vous

Avant de la faire imprimer, montrez-la autour de vous et

recueillez des avis. Testez, même si c'est un spécialiste qui vous propose son projet. Ils ont souvent des idées intéressantes, mais s'ils sont extérieurs à votre entreprise, ils ne connaissent peut-être pas assez votre clientèle.

Les 4 qualités indispensables d'un bon porte-parole

Aujourd'hui, le porte-parole de l'entreprise doit, de plus en plus, répondre à des interviews de journalistes de la presse écrite, parlée et télévisée.

Quelles doivent être ses qualités ? Selon James E. Lukaszewski, Senior vice-président de Georgeson et Compagnie, il doit :

- Avoir d'excellentes qualités d'écoute

- Penser et parler en termes de messages qui sont importants pour son entreprise et qui répondent aux questions du reporter

- Penser vite et globalement, définir facilement les problèmes et leurs solutions

- Contrôler son ego et connaître ses limites

Dans le prochain numéro, vous découvrirez :

- Comment ne plus avoir peur de l'agressivité