

Comment développer le visage et la voix de votre startup... l'art de la tribune

Pour générer de la visibilité pour votre startup, votre expertise et votre avis sont des atouts. Exprimer votre opinion peut vous aider à asseoir votre crédibilité.

Temps de lecture : minute

23 septembre 2019

Obtenir de la couverture dans la presse peut parfois s'avérer difficile ; les journalistes recherchent l'actualité, et votre startup n'a probablement pas de nouvelle majeure à annoncer tous les mois. Mais comme je vous l'[expliquais précédemment](#), vous pouvez tout de même vous assurer d'apparaître régulièrement dans les médias. Écrire des tribunes est une très bonne manière de vous faire connaître, et d'attirer l'attention sur votre entreprise.

Votre opinion, votre expérience et votre connaissance de votre domaine d'activité sont précieuses, et peuvent intéresser les acteurs de votre secteur. Afin de vous démarquer, cherchez un angle original, une question peu traitée. Bien sûr, c'est un exercice qui peut être compliqué et qui requiert de bonnes capacités rédactionnelles. Mais cela vaut le coup de s'impliquer, car vous il vous permet de transmettre votre vision, vous assurer d'une couverture régulière et pérenne pour votre startup, et installer la crédibilité des profils que vous souhaitez mettre en avant.

Voici quelques idées de trames pour vos articles d'opinion:

- La tribune prophétique, tournée vers l'avenir
- La tribune d'actualité, qui parle d'une information
- La tribune réponse, qui rebondit sur une autre tribune

La tribune prophétique

En tant qu'expert de votre secteur d'activité, vous êtes qualifié pour prédire - ou tenter de prédire - ses développements futurs. Commentez une tendance que vous avez vue s'installer et ce qu'elle va impliquer. Par exemple, comment l'arrivée de l'InsurTech (l'assurance connectée) a bouleversé cette industrie, et comment vont pouvoir évoluer les acteurs traditionnels de l'assurance, est une bonne idée de tribune. Vous déduisez en quelque sorte la suite des événements à plus ou moins long terme, en vous appuyant sur vos observations et votre connaissance du terrain.

N'ayez pas peur de donner une opinion, même si elle pourrait s'avérer fautive par la suite. Mieux vaut exprimer un avis audacieux et nouveau, qui donne envie de lire, que de publier un article qui ne fait que reprendre ou résumer des études ou avis existants. Une tribune est censée vous positionner en tant qu'expert, cela demande donc que vous développiez une opinion qui n'a pas déjà été entendue.

La tribune d'actualité

Suivez l'actualité de près, ce qui vous permettra de rebondir sur une information ou un cycle médiatique dans votre secteur. Par exemple, une startup dans le secteur de la logistique pourra vouloir commenter le lancement du nouveau robot logistique d'Amazon. Grâce à votre expertise, vous êtes en mesure d'apporter une opinion éclairée, un regard différent de celui d'un journaliste sur la même information.

C'est un moyen de montrer que vous comprenez les enjeux de votre industrie et positionner votre société en tant que voix d'expert, sans rentrer dans la sollicitation ou une dynamique de vente. Vous ne vendez pas, vous montrez tout simplement votre expertise et donc indirectement, la valeur de votre produit ou de votre service auprès de votre audience.



À lire aussi

Combien coûtent (vraiment) les RP ?

Pour la tribune d'actualité, il vous faudra cependant réagir très rapidement et composer votre texte en quelques heures. Passé un certain délai - de plus en plus court, d'ailleurs - l'annonce est trop "froide" et votre tribune risque de ne pas trouver preneur.

La tribune réponse

Même chose que pour la tribune d'actualité, vous devez être extrêmement réactif dans le cas d'une réponse à une autre tribune - quelques jours maximum, sans quoi c'est déjà de l'histoire ancienne. Si vous n'êtes pas du tout d'accord avec un article d'opinion, si vous pensez qu'il existe des nuances qui ne sont pas traitées ou si vous avez d'autres informations à apporter, vous pouvez entrer dans le débat.

Il vous faudra particulièrement argumenter pour contrer le raisonnement de la tribune originale, assurez-vous donc d'avoir une pierre à apporter à l'édifice, des références et exemples solides, et de préférence un ton neutre et factuel - sans quoi ce type d'exercice peut se transformer en querelle médiatique.

De manière générale, votre article d'opinion aura plus d'impact s'il est alimenté de faits et de chiffres qui appuient votre argumentaire, d'informations que votre lecteur ne connaît pas. Ne vous éparpillez pas : pour que votre message soit clair, restez sur une seule idée que vous développerez tout au long de votre texte, et restez concis. Mille mots sont bien souvent suffisant.

Ensuite, il ne vous reste plus qu'à la proposer à des publications - en veillant à ce que votre ton et la cible de votre papier soient en accord avec leur ligne éditoriale. A vous de jouer ! On espère que nos conseils sont utiles pour la communauté.

Clara Armand-Delille est fondatrice de l'agence de relations presse ThirdEyeMedia

Article écrit par Clara Armand-Delille