



CISION®

KIT DE PRÉSENTATION AUX

GUIDES DE CADEAUX DES FÊTES 2020



“

Je pense que les présentations traditionnelles des Fêtes continueront de fonctionner, mais n'importe quelle présentation qui tient compte de la nouvelle normalité sera bien plus susceptible d'être couverte cette année!

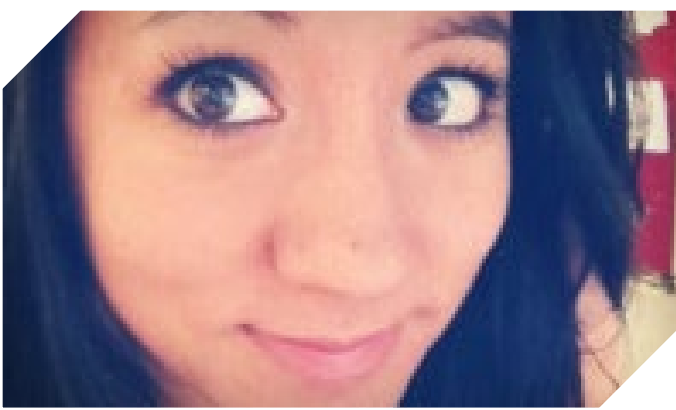
- Rick Limpert, rédacteur pigiste et collaborateur, Yahoo News, GAFollowers

”

Nous avons demandé à six journalistes et influenceurs responsables des guides de cadeaux de leur publication de nous faire part de leurs meilleures pratiques pour créer une présentation remarquée.

Étant donné les circonstances exceptionnelles cette année, nous leur avons aussi demandé comment la COVID-19 pourrait influencer les présentations. Les guides de cadeaux des Fêtes attirent de très nombreux lecteurs à la recherche des cadeaux parfaits année après année. Ils sont toujours consultés et partagés, surtout si les auteurs de ces guides tissent un lien avec leur lectorat au fil des ans.

Vous souhaitez accéder à plus de ressources sur les présentations? Vous trouverez des guides adaptés à vos besoins et plus encore sur notre [page de ressources](#).



Alysa Jung

Rédactrice en chef et collaboratrice du Hearst Lifestyle Group, *Reader's Digest Digital*, *Chowhound*

alyssa.jung@hearst.com

Alyssa Jung est rédactrice en chef du Hearst Lifestyle Group, au sein de la Health Newsroom (salle de rédaction sur la santé). Elle propose et publie du contenu lié à la santé pour l'ensemble des marques de Hearst Lifestyle – *Prevention*, *Good Housekeeping* et *Woman's Day*. Elle supervise également toutes les propositions associées au guide des cadeaux des Fêtes et couvre des sujets aussi variés que l'alimentation, la nutrition, la vie à la maison, les styles de vie et le bien-être général ainsi qu'à la famille. De plus, Alyssa contribue aux magazines *Reader's Digest Online* et *Chowhound*. Elle a déjà été rédactrice de recherche à *Reader's Digest* et blogueuse à HuffPost. Poursuivez votre lecture pour connaître son avis sur les présentations pendant le temps des Fêtes.

Par quelle voie aimez-vous recevoir des communiqués de presse?

Par courriel.

Avez-vous des conseils à donner aux professionnels en relations publiques qui vous envoient des présentations?

Si je ne communique pas avec vous, attendez au moins 48 heures avant de faire un suivi. Envoyez-moi simplement la présentation et les renseignements pertinents qui s'y rattachent sans me demander ce que je recherche.

Qu'est-ce qui vous irrite lorsque vous collaborez avec des professionnels en relations publiques?

Ne faites pas de suivi avant que 48 heures se soient écoulées.

De quelles façons la COVID-19 a-t-elle influencé votre couverture des articles apparaissant dans les guides de cadeaux des Fêtes et quel type de présentations aimez-vous recevoir?

Je m'intéresse toujours aux articles courants – tout ce qui touche à la santé et au bien-être, au style de vie, à l'alimentation, à l'entraînement physique, à la famille et à la maison.

Quelle est la chose la plus utile que les professionnels en relations publiques peuvent faire pour aider les journalistes à préparer leur guide de cadeaux des Fêtes en cette période difficile?

Communiquez d'avance toute l'information pertinente, les renseignements sur les prix et la disponibilité des échantillons.



Marika Flatt

Chroniqueuse touristique et rédactrice en chef adjointe, *Texas Lifestyle Magazine*

Animatrice du segment sur les conseils de voyage du week-end, *Texas Standard*

marika@texaslifestylemag.com

Marika Flatt est chroniqueuse touristique au *Texas Lifestyle Magazine* et gère les propositions du guide de cadeaux des Fêtes de la publication. Elle a fait ses débuts comme rédactrice de magazine en 2002, jumelant son amour des voyages, du journalisme, des médias et des relations publiques.

Elle n'a cessé d'écrire sur les voyages depuis. Selon elle, sa capacité à publier des chroniques voyage attrayantes découle en partie de son travail au quotidien, qui consiste à gérer une agence de relations publiques du domaine littéraire, du nom de *PR by the Book*. Elle donne ici des conseils sur la façon de lui faire des présentations pendant la saison des guides de cadeaux des Fêtes.

Par quelle voie aimez-vous recevoir des communiqués de presse?

Par courriel.

Avez-vous des conseils à donner aux professionnels en relations publiques qui vous envoient des présentations?

Il est préférable qu'une présentation se limite à quelques paragraphes. J'aime aussi recevoir un lien vers le site Web, le niveau de prix, un lien Dropbox vers des images en haute résolution et une courte description.

Qu'est-ce qui vous irrite lorsque vous collaborez avec des professionnels en relations publiques?

Il n'est pas nécessaire de faire un suivi pour un envoi de courriels de masse que vous m'avez envoyé par courriel. Je lis chacun des courriels que je reçois (je sais, je suis une espèce rare!), donc si je ne vous réponds pas, c'est parce que je ne peux pas m'en servir.

De quelles façons la COVID-19 a-t-elle influencé votre couverture des articles apparaissant dans les guides de cadeaux des Fêtes et quel type de présentations aimez-vous recevoir?

La seule chose qui a changé est le fait que nous essayons de soutenir plus que jamais les petites entreprises et les entreprises établies au Texas (plutôt que de grosses multinationales).

Quelle est la chose la plus utile que les professionnels en relations publiques peuvent faire pour aider les journalistes à préparer leur guide de cadeaux des Fêtes en cette période difficile?

Comme nous écrivons à la première personne, nous devons souvent essayer nous-mêmes les produits en vue de les recommander. Il est utile d'indiquer si des échantillons sont disponibles dans la présentation initiale.

Par quelle voie aimez-vous recevoir des communiqués de presse?

Je préfère toujours les recevoir par courriel, le contenu dans le corps du message et en pièce jointe.

Avez-vous des conseils à donner aux professionnels en relations publiques qui vous envoient des présentations?

J'adore les présentations traitant de sujets qui me passionnent : les sports, les technologies sportives, les gadgets et les voyages. Limitez au minimum les présentations de campagnes de sociofinancement ou jumelez-les avec autre chose pour attirer mon attention. Pour mes segments à la radio et à la télé, il est toujours bien de m'envoyer des images en haute résolution et des échantillons que je peux mettre à l'essai.

Qu'est-ce qui vous irrite lorsque vous collaborez avec des professionnels en relations publiques?

Ce n'est rien de très grave. En général, je respecte le travail qu'ils font, mais ils ne devraient pas me contacter pour essayer de faire modifier un article ou un segment après sa publication ou sa diffusion en raison d'une erreur qu'ils ont commise. Il est très difficile pour moi de rectifier le tir.

De quelles façons la COVID-19 a-t-elle influencé votre couverture des articles apparaissant dans les guides de cadeaux des Fêtes et quel type de présentations aimez-vous recevoir?

Je ne sais pas si les choses ont tant changé, si ce n'est qu'un tout nouveau thème à explorer est apparu en raison de la pandémie. Le maintien d'une distance physique et même le port d'un couvre-visage sont des sujets très populaires qui peuvent susciter beaucoup d'intérêt lorsqu'ils sont mis en rapport avec les bons gadgets ou les bonnes technologies! Les nouveaux angles de couverture sont stimulants.

Quelle est la chose la plus utile que les professionnels en relations publiques peuvent faire pour aider les journalistes à préparer leur guide de cadeaux des Fêtes en cette période difficile?

Continuez de faire ce que vous faites et envoyez-moi vos présentations suffisamment à l'avance pour que je dispose d'un délai raisonnable. Je pense que les présentations traditionnelles des Fêtes continueront de fonctionner, mais n'importe quelle présentation qui tient compte de la nouvelle normalité sera bien plus susceptible d'être couverte cette année!

Rick Limpert

Rédacteur pigiste et collaborateur, *Yahoo News*, *GAFollowers*

Collaborateur, *NBC 11 Alive Sports Extra* à Atlanta, *CBS 46* à Atlanta, *WMAZ CBS 13* à Macon (Géorgie) et *FOX News National*

rclimpert003@yahoo.com

Rick Limpert est un rédacteur pigiste établi à Atlanta. Les événements, les sports, les technologies, les cadeaux des Fêtes et les produits en tous genres sont du nombre des sujets qu'il couvre à l'échelle régionale et nationale. Rick collabore régulièrement à *Yahoo News* et à *GAFollowers*, de même qu'au segment techno *Wireless Wednesday* à l'émission *The Game* sur les ondes de *SportsRadio 92.9*. À la télé, il participe aux segments techno de l'émission *Alive Sports Extra* sur la chaîne *NBC 11* à Atlanta. On peut aussi le voir à *CBS 46* à Atlanta, à *WMAZ CBS 13* à Macon, en Géorgie, et à *FOX News National*. Rick a coécrit le succès de librairie *The Invaluable Experience* avec la joueuse de tennis professionnelle Danielle Lao. Il donne ici quelques conseils aux professionnels des relations publiques qui lui présentent des produits pour le temps des Fêtes.





Rachel Kapur

Rédactrice en chef, *Urban Milan*

rachel@urbanmilan.com

Rachel Kapur est rédactrice en chef à *Urban Milan*. Ses sujets de prédilection sont la restauration, les divertissements locaux, les styles de vie, la mode, les films, les conseils de beauté, la technologie et les voyages. Ses articles s'adressent aux habitants de grandes villes d'un peu partout aux États-Unis. Rachel s'occupe du guide de cadeaux des Fêtes de sa publication, pour lequel elle doit recevoir les propositions avant le 1er novembre. Avant de lancer *Urban Milan*, elle travaillait chez Goldman Sachs. Voici ce qu'elle a à dire au sujet des présentations durant la saison des cadeaux, surtout en cette période de pandémie.

Par quelle voie aimez-vous recevoir des communiqués de presse?

Nous préférons que les documents de presse nous soient envoyés par courriel ou par publipostage. Pour ce qui est des présentations, il est préférable de nous les faire parvenir à l'adresse info@urbanmilan.com

Avez-vous des conseils à donner aux professionnels en relations publiques qui vous envoient des présentations?

Dès le début de votre courriel, indiquez avec clarté et concision ce que vous présentez; nous recevons de nombreux courriels qui s'étalent sur plusieurs paragraphes avant de présenter un produit. Nous aimons aussi recevoir des photos et des liens montrant les produits qui sont présentés. En outre, veuillez nous indiquer si vous avez des échantillons à nous envoyer, car nous essayons et évaluons personnellement chacun des articles apparaissant dans notre guide de cadeaux.

Qu'est-ce qui vous irrite lorsque vous collaborez avec des professionnels en relations publiques?

Nous sommes heureux de collaborer avec des agences de relations publiques qui nous présentent des histoires ou des produits intéressants. Notre seule bête noire, ce sont les courriels qui fixent des échéances sans communication ou engagement préalable de notre part. Nous écrivons sur des produits et des services que nous avons évalués personnellement, à moins qu'il ne s'agisse d'une publication commanditée.

De quelles façons la COVID-19 a-t-elle influencé votre couverture des articles apparaissant dans les guides de cadeaux des Fêtes et quel type de présentations aimez-vous recevoir?

La COVID-19 a tout changé; en temps normal, nous serions en train de participer à des événements spéciaux pour en apprendre plus sur de nouveaux produits et de nouvelles tendances des Fêtes. Nous aimerions recevoir des présentations sur des articles offerts en ligne et des échantillons aussitôt que possible, car nous avons l'habitude de faire l'essai et la promotion de 200 à 300 articles chaque année. Nous avons un faible pour les cadeaux personnalisés et faits sur mesure, les produits d'apprentissage en STIM, les cadeaux technologiques, les produits de beauté biologiques et les cadeaux comestibles, pour ne citer que quelques exemples.

Par quelle voie aimez-vous recevoir des communiqués de presse?

Je préfère généralement les courriels, mais les messages texte font également l'affaire. Je n'aime pas discuter au téléphone, à moins que cela ne soit vraiment nécessaire.

Avez-vous des conseils à donner aux professionnels en relations publiques qui vous envoient des présentations?

Absolument! Assurez-vous que votre présentation initiale est simple et qu'elle va droit au but. Limitez au minimum les pièces jointes et veillez à ce que l'objet de votre courriel indique ce que vous présentez. Évitez les titres tels que « Petite question » ou tout autre piège à clics.

Qu'est-ce qui vous irrite lorsque vous collaborez avec des professionnels en relations publiques?

On m'appelle Chloe SOUVENT. Je m'appelle Alison Blackman et je ne suis pas un homme. Aussi, beaucoup de gens m'envoient des courriels de masse qui démontrent clairement qu'ils n'ont pas jeté un œil à mon site et qui ne savent pas ce que je fais. Ils perdent leur temps et me font perdre le mien. De plus, si vous envoyez un produit, sachez qu'il nous faut du temps pour l'évaluer, écrire sur ce produit et le photographier. Lorsque nous prévoyons écrire un article, j'en avise toujours les personnes concernées au préalable et, par courtoisie, j'envoie un autre courriel contenant un lien vers l'article quand celui-ci est en ligne. Je n'aime pas être importunée au bout d'une semaine par des gens qui veulent savoir si un article est en ligne. Il ne l'est pas, sinon vous le sauriez déjà.

De quelles façons la COVID-19 a-t-elle influencé votre couverture des articles apparaissant dans les guides de cadeaux des Fêtes et quel type de présentations aimez-vous recevoir?

Advice Sisters se fait un point d'honneur de publier des photos, des vidéos et, bien sûr, du contenu éditorial authentiques. En raison de ressources et d'une assurance restreintes, nous utilisons des échantillons non retournables. Si nous demandons l'échantillon d'un produit, nous nous en servons, c'est sûr.

Quelle est la chose la plus utile que les professionnels en relations publiques peuvent faire pour aider les journalistes à préparer leur guide de cadeaux des Fêtes en cette période difficile?

Ne courez pas simplement après les « chiffres », car ceux-ci peuvent être achetés. Vérifiez l'authenticité des personnes sur les médias sociaux. Si, par exemple, un site de conseils beauté semble être principalement suivi par des mécaniciens ou des personnes qui ne parlent pas la même langue que celle de votre site Web, quelle importance s'il prétend avoir des milliards et des milliards d'abonnés? Je sais qu'il est très difficile pour les professionnels en relations publiques de vérifier chaque site Web, mais, si c'est possible, jetez-y un coup d'œil rapide pour savoir à qui vous avez affaire. Depuis plusieurs décennies, Advice Sisters publie de façon continue des articles portant sur des sujets tels que les styles de vie et les soins de beauté. Vous pouvez donc être sûr que nous jouissons d'un certain intérêt. Nos lecteurs et nos abonnés s'intéressent à ce que nous écrivons; ce ne sont pas juste des chiffres.

Alison Blackman Dunham

Éditrice et rédactrice en chef, *Advice Sisters*

advicesisters@advicesisters.net

Alison Blackman Dunham est l'éditrice et la rédactrice en chef d'*Advice Sisters*. Ses articles portent sur les soins de beauté, les soins personnels, les critiques de livres, la mode, les relations, les voyages, l'alcool et les spiritueux, les divertissements, les styles de vie, les technologies et les produits de luxe. Alison supervise le guide des cadeaux des Fêtes de son site, qui accepte les propositions jusqu'au 15 octobre. Elle a lancé *Advice Sisters* en 1997, avec sa sœur jumelle Jessica Freedman. Poursuivez votre lecture pour connaître son avis sur les cadeaux des Fêtes.



James Andrew

Rédacteur en chef, *Stylemtv.com*

james@stylemusic.tv

Chroniqueur de mode à *Stylemtv.com*, James Andrew écrit des articles sur la mode, les produits électroniques, les soins de beauté, les soins personnels, les voyages, les styles de vie, la musique, l'alimentation, les chaussures et la décoration intérieure. Il supervise également les propositions pour son guide de cadeaux des Fêtes, qu'il accepte jusqu'au 2 novembre. Andrew travaille à *Stylemtv.com* depuis 2002. Poursuivez votre lecture pour connaître les conseils qu'il donne aux professionnels en relations publiques pour le contacter.

Par quelle voie aimez-vous recevoir des communiqués de presse?

Par courriel.

Avez-vous des conseils à donner aux professionnels en relations publiques qui vous envoient des présentations?

Assurez-vous que les présentations soient brèves et qu'elles décrivent les meilleures caractéristiques du produit. Je favorise tout qui touche les événements, les produits, la mode, les soins de beauté, les expériences de spa, la technologie, les styles de vie, l'alimentation et les voyages. Pour le guide de cadeaux, des sujets comme la mode, les cadeaux virtuels, les produits électroniques, les soins de beauté, les voyages, les styles de vie, la musique, la gastronomie, les vins, les chaussures et la décoration intérieure sauront attirer mon attention.

Qu'est-ce qui vous irrite lorsque vous collaborez avec des professionnels en relations publiques?

Les longues présentations par courriel et l'absence d'échantillons pour essayer les produits.

De quelles façons la COVID-19 a-t-elle influencé votre couverture des articles apparaissant dans les guides de cadeaux des Fêtes et quel type de présentations aimez-vous recevoir?

J'ai reçu plus d'échantillons à essayer au bureau et j'ai assisté à un plus grand nombre de présentations virtuelles de produits. J'aime les courriels et les présentations virtuelles.

Quelle est la chose la plus utile que les professionnels en relations publiques peuvent faire pour aider les journalistes à préparer leur guide de cadeaux des Fêtes en cette période difficile?

Il est important de mettre l'accent sur les meilleures caractéristiques et les plus grands avantages du produit, afin que les consommateurs puissent prendre une décision éclairée sur ce qu'ils vont acheter.

MÉTHODOLOGIE RELATIVE AUX KITS DE PRÉSENTATION DE CISION

Les professionnels des médias traditionnels et non traditionnels qui participent aux kits de présentation de Cision ont des profils au sein de la base de données médias de Cision. Ils ont fait l'objet d'une vérification effectuée par l'équipe de recherche média de l'entreprise pour vérifier leur statut à titre de professionnels des médias, d'influenceurs et de blogueurs. Ces personnes doivent aussi répondre à d'autres critères pour apparaître dans nos kits : ils doivent couvrir les sujets qui y sont abordés, avoir consenti directement à figurer au sein de notre base de données médias et avoir fait l'objet d'une vérification récente de l'équipe de recherche. Les professionnels doivent également accepter d'apparaître dans les documents marketing et de fournir des conseils détaillés aux professionnels en relations publiques.

Vous êtes un membre des médias et souhaitez faire partie de notre prochain kit de présentation?

POUR PLUS DE CONSEILS SUR LES PRÉSENTATIONS, CONSULTEZ NOTRE RAPPORT SUR L'ÉTAT DES MÉDIAS EN 2020

CISION®

