

## PROMOTION DE LA RANDONNÉE GUTSY EN MARCHÉ

### Comment prioriser vos activités

Penchez-vous sur les points qui suivent :

1. Quel est le plus grand besoin de VOTRE randonnée Gutsy en marche?
  - Plus de marcheurs?
  - Un engagement plus marqué de la part des personnes qui y participent?
  - Plus de commanditaires?
2. Qu'est-ce qui aura le plus grand impact?
3. Envisagez de vous livrer à l'exercice des Trois activités les plus importantes pour chaque phase –ou juste UNE!

### Activités de promotion préalables à la randonnée Gutsy en marche

(March : sollicitation et planification / Avril et mai : diffusion des annonces)

<b>Objectif : Recruter davantage de marcheurs!</b>	<b>Objectif : Tous les Canadiens doivent connaître la randonnée Gutsy en marche!</b>	<b>Objectif : Les gens doivent avoir envie d'être à la randonnée Gutsy en marche!</b>
<p><u>Messages d'intérêt public pour la télévision (commerciaux)</u>            - En anglais seulement / Prêts et approuvés par le Bureau de la télévision du Canada, inc.</p> <p><u>Messages d'intérêt public pour la radio (commerciaux)</u>            - Semaine du 14 mars</p> <p><u>Messages d'intérêt public pour les médias imprimés et numériques ainsi que pour l'affichage extérieur (annonces)</u>            - Ces messages doivent être adaptés aux spécifications de votre partenaire médiatique            - Veuillez fournir des exemples de l'an passé            - MarComm peut apporter son soutien</p>	<p><u>Assurez-vous que l'événement figure dans tous les calendriers des événements communautaires :</u>  <i>La randonnée GUTSY EN MARCHÉ, l'événement de collecte de fonds d'une durée d'une journée le plus important de Crohn et Colite Canada, constitue une belle manière de montrer que vous avez le cran pour y mettre fin en appuyant les membres de votre famille, vos amis et vos collègues dans notre communauté qui vivent avec la maladie de Crohn ou la colite. Un Canadien sur 150 souffre de la maladie de Crohn ou de la colite ulcéreuse – un taux qui figure parmi les plus élevés dans le monde. Les recettes recueillies servent à</i></p>	<p><u>Médias sociaux</u>            1. Partagez des messages à l'échelle nationale (le vendredi)            2. Menez les efforts de diffusion dans les médias sociaux avec le concours de vos partenaires et de vos commanditaires            3. Adaptez les messages passés –<i>Throwback Thursday!</i></p> <p>+ constituez une <b>équipe de rêve constituée d'étoiles pour la promotion, sur les médias sociaux, de la randonnée Gutsy en marche!</b> Envoyez un courriel ou encore un message dans FB/TW/IG</p>

<p><b>Messages d'intérêt public pour Sites Web</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fournissez du contenu à vos commanditaires et vos partenaires (certains de vos bénévoles ont ils des sites Web?)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Boîte à outils : bannières publicitaires à venir la semaine prochaine</li> </ul> </li> <li>• Assurez vous que les liens sont actifs et appropriés – pour l'inscription / l'événement local / les promesses de don</li> </ul>	<p><i>financer la recherche ainsi qu'à améliorer la vie des enfants et des adultes touchés par ces maladies dévastatrices et elles permettront de découvrir un jour les traitements curatifs nécessaires.</i></p> <p><i>La randonnée GUTSY EN MARCHÉ a lieu le dimanche 5 juin 2016 à (<b>nom de votre communauté</b>), et le lieu de la randonnée est le suivant : (<b>emplacement du site de la randonnée</b>).</i></p> <p><i>Pour plus d'information sur la randonnée GUTSY EN MARCHÉ, et pour vous inscrire, rendez-vous au <a href="http://gutsyenmarche.ca">gutsyenmarche.ca</a>, envoyez un courriel à l'adresse électronique (votre adresse électronique) ou composez le 1 800 387-1479.</i></p>	
--	--	--

### BOÎTES À OUTILS!

- Messages clés
- Listes des médias pour chaque région
- Messages d'intérêt public
  - Télévision (en anglais seulement)
  - Radio
  - Médias imprimés (exemples / messages adaptés aux spécifications prévues)
  - Affichage extérieur (exemples / messages adaptés aux spécifications prévues)
    - Envoi d'un exemple et sollicitation
    - Script pour suivi téléphonique

### Messages clés

- **Montrez que vous avez du cran pour y mettre fin!**
- Faites montre de votre appui à vos proches en vous joignant à la randonnée Gutsy en marche
- 3.5 millions \$, 20 000 marcheurs, 60 emplacements

- 1 Canadien sur 150 vit avec la maladie de Crohn ou la colite : combien y en a-t-il dans votre communauté?
- Le nombre d'enfants canadiens de moins de 10 ans qui sont atteints de la maladie de Crohn a doublé depuis 1995 : *Qui sont vos porte-paroles?*
- MISEZ SUR LE LOCAL!
- **Si vous connaissez votre public cible, vous savez ce qui compte pour lui!**

**Les Trois principales choses à faire dès maintenant!!**

1. Diffusion des messages d'intérêt public
2. Inscription de l'événement aux calendriers des événements communautaires
3. Partenariats dans les médias sociaux

**AVRIL**

**Témoignages visant à motiver les gens et à inciter davantage de marcheurs à participer à la randonnée Gutsy en marche (avril et mai)**

<b>Objectif : Rapporter un témoignage à propos de votre communauté</b>	<b>Objectif : Présenter une idée de témoignage</b>	<b>Objectif : Utiliser le contenu partout</b>	<b>Objectif : Mettre à jour tous vos médias publics</b>
<p>Les gens veulent encore des témoignages / les bureaux de presse en veulent encore eux aussi. Facilitez-leur la vie –donnez-leur de l'information <b>pertinente</b></p> <p>Qui sont vos porte-paroles locaux? Avez-vous leur biographie? Des photos haute résolution?                      -Le saviez-vous? Tout cela se trouve sur le site Web de la randonnée Gutsy en marche</p>	<p><b>Présentez des témoignages de gens qui vivent avec la maladie de Crohn ou la colite :</b></p> <p>-Dans les journaux                      -À la radio (notamment dans le cadre d'entrevues)                      -À la télévision, notamment dans le cadre d'émissions diffusées à la télé communautaire</p> <p><b>Idées d'accroches :</b></p> <p>-Invitez un journaliste à passer la journée avec une personne atteinte de la maladie de Crohn</p>	<p><b>Un témoignage est un témoignage - le canal est la manière dont il rejoint le public cible</b></p> <p>Si aucun journaliste n'interviewe votre porte-parole, VOUS pouvez faire une entrevue vous-même</p> <p>-Écrivez un témoignage / filmez une vidéo alors que vous passez une journée avec le porte-parole</p> <p>-Ensuite :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partagez le témoignage sur Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nouvelles bannières pour les médias sociaux - Facebook, Twitter</li> <li>• Créez un événement pour la randonnée Gutsy en marche sur votre page Facebook</li> <li>• Commencez à utiliser le mot-clic #GutsyEnMarche</li> </ul>

<p><b>Le LOCAL est vendeur / L'espoir l'est aussi :</b>          Une famille locale qui est aux prises avec différentes difficultés, qui les surmonte et qui vit dans l'espoir d'un avenir plus lumineux, voilà un témoignage très fort qui peut toucher les gens</p>	<p>ou de la colite, par exemple une jeune mère ou un enfant          -Invitez un journaliste à un rendez-vous médical pour la maladie de Crohn ou la colite –si le médecin est d'accord, bien sûr – filmez le médecin pendant qu'il parle des difficultés reliées à la maladie          -Organisez une entrevue avec un patient, un bénévole de la randonnée Gutsy en marche ou un médecin</p> <p><b>Ressources :</b>          Si vous désirez que Mina, un chercheur ou quelqu'un d'autre participe aux côtés d'un patient, prenez contact avec MarComm</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partagez les images sur Instagram</li> <li>• Envoyez la vidéo à votre station de télévision locale – elle enverra peut-être un de ses journalistes!</li> <li>• Partagez le témoignage avec vos partenaires / commanditaires pour qu'ils le transmettent à leurs médias</li> </ul>	
---	--	--	--

## BOÎTE À OUTILS!

- Modèle de communiqué de presse
- Modèle de présentation
- Bannières pour les pages de médias sociaux
- Questions d'entrevue pour les médias et vous
- Conseils en matière d'art oratoire à l'intention des conférenciers et pour les entrevues

## VOUS N'AVEZ PAS DE PORTE-PAROLE?

- Vous pouvez vous servir des porte-paroles nationales – Mady et sa maman Kathy!
- Incluez des images de Mady, ainsi que son parcours présenté sous forme chronologique
- Communiqué/article « Matt »
- Rappels électroniques pour contenu destiné aux médias sociaux
- Entrevues?

**Les Trois principales choses à faire en avril!!**

1. Mettez à jour vos pages dans les médias sociaux!
2. Parlez à votre porte-parole et préparez les témoignages
3. Suscitez de l'enthousiasme!

**MAI**

**Portez vos efforts de collecte de fonds vers de nouveaux sommets!**

<b>Objectif : Stimuler vos efforts de collecte de fonds</b>	<b>Objectif : Inspirer les équipes!</b>	<b>Objectif : Souligner les efforts de vos Meilleurs cueilleurs de dons!</b>
<p>Certes, vous voulez qu'il y ait encore plus de participants à la randonnée Gutsy en marche, tant des personnes travaillant individuellement que des équipes, mais MAINTENANT, vous désirez aussi que les efforts de collecte de fonds des gens déjà inscrits <b>PASSENT AU DEGRÉ SUPÉRIEUR.</b></p> <p><b>Conseils et idées :</b>                      -Partagez les meilleures idées en matière de collecte de fonds de VOTRE communauté avec NOUS! Nous les partagerons à l'échelle nationale!</p> <p><b>-Les conseils en matière de collecte de fonds présentés le vendredi</b> viendront initialement du bureau national, mais nous désirons que les participants nous fassent part de LEURS idées, l'objectif étant d'obtenir des conseils de partout au pays.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisez les médias sociaux (nos canaux et d'autres!) pour souligner les efforts des équipes</li> <li>• Avril : Commencez par les équipes ayant participé par le passé et les Meilleurs cueilleurs de dons de 2015 (et de 2014)</li> <li>• Mai : Commencez à établir le profil des MCE, des équipes et des chefs d'équipe de 2016!</li> <li>• Pourquoi les gens marchent-ils?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demandez aux gens pourquoi ils recueillent des fonds : demandez-leur de livrer leur témoignage</li> <li>• Envisagez de prendre des photos dans lesquelles est présente une affiche disant pourquoi la personne participe à la randonnée Exemple : Parce que je ne veux pas que mes enfants soient atteints de la maladie de Crohn</li> <li>• Faites une vidéo dans laquelle un Meilleur cueilleur de dons explique pourquoi la randonnée Gutsy en marche est importante pour lui</li> <li>• Demandez aux anciens participants quel est leur meilleur souvenir!</li> </ul>

**BOÎTE À OUTILS!**

- Calendriers pour les médias sociaux
- Nouvelle façon interactive de partager du contenu dans les médias sociaux

- Présentation, le vendredi, de conseils en matière de fonds à partager sur Facebook et sur Twitter!

**Rappel :**

- Continuez à soumettre des témoignages aux médias
- Continuez à demander aux médias de diffuser/d'imprimer nos messages d'intérêt public
- Gardez le contact avec les pages de médias sociaux des commanditaires

**Les Trois principales choses à faire en mai!!**

1. Déployez les efforts nécessaires pour recueillir encore plus de fonds!
2. Partagez les témoignages que vous avez en main pour rendre les gens encore plus enthousiastes
3. Soulignez les succès de vos participants!

**Décompte de la randonnée Gutsy en marche! (du 25 mai au 4 juin)**

<b>Objectif : Promotion finale</b>	<b>Objectif : Préparation en vue du jour de l'événement!</b>	<b>Objectif : Couverture de l'événement Gutsy en marche</b>	<b>Objectif : Discours / Notes!</b>	<b>Objectif : Préparation à la couverture de l'événement</b>
<p>Soumettez des témoignages –célébrez vos victoires avec les médias</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Progressez-vous plus rapidement que prévu vers votre objectif?</li> <li>• Êtes-vous plus avancé que vous ne l'étiez à pareille date l'an passé?</li> <li>• Avez-vous une bonne anecdote à nous relater par rapport à vos efforts de collecte de fonds?</li> </ul> <p>Si un média ou un partenaire n'a PAS encore couvert la randonnée Gutsy en</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envoyez vos avis aux médias le 25 mai–faites en sorte qu'ils ajoutent l'événement à leurs calendriers!</li> <li>• Que contient votre dossier de presse pour le jour de l'événement? Communiqué de presse, messages clés, Faits et chiffres locaux</li> <li>• Quelles images désirez-vous?</li> <li>• Où rencontrerez-vous les médias à l'occasion de l'événement?</li> </ul>	<p><b>*NOUVELLE IDÉE :</b>            Invitez les médias à marcher et parler avec votre porte-parole et les membres de leur famille/équipe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils peuvent poser des questions à propos de la vie avec la maladie de Crohn ou la colite</li> <li>• Ils peuvent constater par eux-mêmes les difficultés auxquelles sont confrontés les patients, par exemple les</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'agenda préparé à partir du modèle, qui contiendra des renseignements à jour, sera divulgué APRÈS la Journée mondiale des MII le 19 mai</li> <li>• Inscrivez-y les détails de votre événement – conférenciers spéciaux, annonces prévues, etc.</li> <li>• Prévoyez de l'espace pour pouvoir inscrire les</li> </ul>	<p>Ce qui suit vous sera envoyé par le bureau national :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Listes et conseils relatifs aux photos               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Veillez à ce que les photos prises soient de HAUTE résolution</li> <li>b) Conseils relatifs aux photos à obtenir en vue des efforts de promotion de cette année et de l'année prochaine</li> </ol> </li> <li>2. Modèle de communiqué de presse local post-événement               <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Intégrez-y une citation de votre</li> </ol> </li> </ol>

<p>marche au moyen de ses canaux (y compris les réseaux sociaux), <b>faites-lui UNE dernière demande!</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avez-vous un responsable des médias sociaux prêt à téléverser des photos?</li> </ul>	<p>nombreuses visites pressantes aux toilettes et les difficultés reliées à l'alimentation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils peuvent parler aux autres membres de la famille</li> <li>• Ils peuvent savoir les raisons pour lesquelles vous êtes si emballé à l'idée de soutenir la randonnée Gutsy en marche</li> </ul>	<p>montants recueillis le jour de l'événement et le nombre de marcheurs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partagez le tout avec les membres de l'équipe avec qui vous travaillerez le jour de l'événement – déterminez qui prendra la parole – préparez-les à l'avance!</li> </ul>	<p>porte-parole et de votre comité local maintenant, pour ne pas avoir à le faire lorsque vous serez épuisé</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
---	---	---	---	---

### BOÎTE À OUTILS!

- Discours et notes
- Modèle d'avis aux médias
- Contenu à présenter au cours de l'entrevue faite en marchant
- Conseils relatifs aux photos
- Modèle de communiqué de presse post-événement

### Rappel :

Préparez l'équipe qui travaillera avec vous le jour de l'événement, c.-à-d. les personnes qui prendront la parole

## Journée de la randonnée Gutsy en marche! (Le dimanche 5 juin)

Objectif : Établir les contacts nécessaires avec les médias	Objectif : Établir les contacts nécessaires avec les médias	Objectif : Faire en sorte que le mot-clic #GutsyEnMarche soit en tête des sujets tendance
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qui rencontre les médias, et où?</li> <li>• Quelles sont les meilleures choses à leur montrer? Des photos? Des vidéos?</li> <li>• À qui devraient-ils parler?               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Préparez le président de votre comité local de la randonnée Gutsy en marche</li> <li>-Préparez le porte-parole de votre randonnée Gutsy en marche</li> </ul> </li> <li>• Organisez des séances de photos et des entrevues avec vos commanditaires</li> </ul>	<p>MarComm envoie les renseignements/messages suivants sur le site Web :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Un communiqué de presse pour le jour de l'événement à l'intention de tous les médias qui comporte des chiffres nationaux (c'est pourquoi il est important d'effectuer un suivi auprès de vos médias locaux pour vous assurer qu'ils ont VOS chiffres aussi)</li> <li>2. Quelques images du jour de l'événement qui pourraient être utilisées dans les bulletins de nouvelles du dimanche soir ou dans les journaux du lundi matin</li> <li>3. Messages dans les médias sociaux –partagez et ajoutez des détails si vous le pouvez ce soir-là!</li> </ol>	<p><b>Comment pouvons-nous porter le mot-clic #GutsyEn Marche au degré supérieur sur les médias sociaux?!?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un responsable des médias sociaux pourrait être sur place pour envoyer des messages en direct à partir des comptes locaux</li> <li>• Partagez, partagez, partagez!</li> <li>• Suscitez un battage dans les médias sociaux –faites en sorte que les gens parlent et pensent SOCIAL</li> </ul>

### BOÎTE À OUTILS!

- Ayez en main un cartable contenant tous vos documents
- Ayez en main des fiches d'information à propos de l'événement local (modèle fourni par le bureau national)
- Portez un t-shirt de la randonnée Gutsy en marche et veillez à ce que votre porte-parole porte un t-shirt ou une casquette arborant le logo de la randonnée Gutsy en marche
- Parlez fréquemment à votre responsable des médias sociaux

**Rappel :**

- Préparez l'équipe qui travaillera avec vous le jour de l'événement, c.-à-d. les personnes qui prendront la parole
- Faites un rassemblement avant que ça devienne la folie furieuse et passez en revue la marche à suivre

**Les Trois principales choses à faire durant la randonnée Gutsy en marche!!**

1. Amusez-vous!
2. Célébrez les résultats de votre dur labeur!
3. Demeurez bien hydraté

**Après la randonnée Gutsy en marche!  
(du lundi 6 juin à la randonnée Gutsy en marche suivante)**

<b>Objectif : Célébrer votre succès</b>	<b>Objectif : Souligner les efforts accomplis</b>	<b>Objectif : Rappels</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettez à jour le communiqué de presse de la randonnée Gutsy en marche locale et envoyez-le à tous les médias, commanditaires et partenaires bénévoles. Incluez le nombre de participants et le montant recueilli le jour de l'événement. Obtenez des citations (si ce n'est déjà fait)</li> <li>• Qu'est-ce qui était fantastique au cours de cette journée?</li> <li>• <b>Distribuez le communiqué accompagné de versions basse résolution de vos meilleures photos</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Remerciez les gens sur nos pages de médias sociaux</li> <li>• Remerciez les gens sur les pages des autres</li> <li>• Rendez-vous sur les pages de vos MCD et remerciez-les d'être venus à la randonnée Gutsy en marche! Dites-leur à quel moment vous aurez des photos pour eux. Soulignez les succès enregistrés à l'échelle locale et au pays.</li> <li>• <b>Reculez de quelques jours et partagez des photos que vous pourriez avoir d'eux ou de leur équipe</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des fonds peuvent encore arriver d'ici le 2 juillet</li> <li>• Rappelez aux gens qu'ils peuvent téléverser leurs images sur nos pages dans les médias sociaux</li> <li>• Demandez-leur de remercier les gens qui leur ont fait des promesses de don –leurs photos de la randonnée Gutsy en marche peuvent être partagées avec leurs donateurs/leur entreprise/leur famille</li> <li>• Remerciez-les</li> <li>• <b>Partagez les meilleures photos avec le bureau national</b></li> </ul>

**BOÎTE À OUTILS!**

- Communiqué à l’intention des médias locaux (envoyé la semaine du 23 mai)
- Soyez à l’affût de nos messages sur Facebook et Twitter, que vous pourrez partager
- Vos propres images
- Citations et remerciements de Mina (notre directrice générale) ainsi que de Mady et de Kathy (nos porte-paroles nationales de la randonnée Gutsy en marche)

**Rappel :**

- Merci à vous
- Soyez indulgent envers vous-même – vous accomplirez un excellent travail!

**Les Trois principales choses à faire après la randonnée Gutsy en marche!!**

1. Maintenez la communication
2. Faites en sorte que les gens soient fiers de ce qu’ils ont accompli
3. Célébrez VOTRE travail

**Calendrier : Accent sur les six semaines précédant l’événement**

Semaine du 25 avril	Semaine du 2 mai	Semaine du 9 mai	Semaine du 16 mai	Semaine du 23 mai	Semaine du 30 mai
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mise à jour et diffusion des messages d’intérêt public et des calendriers des événements communautaires</li> <li>-Les témoignages devraient être partagés</li> <li>-Préparation des personnes atteintes de la maladie de Crohn ou de la colite pour les entrevues</li> <li>-Mise à jour des bannières pour les médias sociaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Prise de contact avec les médias locaux concernant les témoignages</li> <li>-Début de la présentation, le vendredi, de conseils en matière de collecte de fonds</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Facebook</li> <li>-Twitter</li> <li>-Avis de présentation de l’événement régional (entrevue?)</li> <li>-Prise de contact avec les médias locaux</li> <li>-Organisation d’une activité pour la Journée mondiale des MII</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-19 mai – Journée mondiale des MII</li> <li>-Partage du plan prévu</li> <li>-Partage des témoignages</li> <li>-Accent sur le risque plus élevé, pour les Canadiens, de contracter ces maladies, ce qui explique pourquoi la randonnée Gutsy en marche est si importante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Démarches entourant les entrevues finales</li> <li>-Communiqué dans les médias régionaux</li> <li>-Avis aux médias concernant les séances de photos</li> <li>-Présentation d’idées pour l’entrevue faite en marchant</li> <li>-Discours à venir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Facebook</li> <li>-Twitter</li> <li>-Veille-média régionale</li> <li>-Séance de photos régionale</li> <li>-Appels de suivi aux médias</li> <li>-Révision des discours</li> </ul>

### **Outils et tactiques : médias numériques**

- Sites Web, les nôtres et ceux des autres
- Médias sociaux
  - Facebook
  - Twitter
  - Pinterest
  - Instagram
  - Blogues
- Les pages de la randonnée Gutsy en marche et de Crohn et Colite Canada dans les médias sociaux devraient :
  1. Favoriser l'établissement de relations, l'esprit d'équipe et la collégialité
  2. Partager de l'information et des nouvelles
  3. Inspirer et donner l'espoir
- Ne vous occupez pas des gens négatifs (ceux qu'on appelle les trolls)
- Les médias sociaux ne sont pas une promesse
- Les médias sociaux sont excellents pour :
  - Engager et inspirer les gens
  - Nouer des relations
  - Partager de l'information
- Les pages des autres personnes dans les médias sociaux (comptes externes) sont excellentes :
  - Pour étendre votre portée (acquisition)
  - Pour la reconnaissance des contributions / la célébration des succès

### **Outils et tactiques : Facebook**

- Plus de 30 000 partisans au total
- Ne supposez pas qu'il y a croisement, de façon systématique, au sein des partisans
- Gardez vos sites en vie même en période d'inactivité
- « Empruntez » du contenu de vos collègues
- Les messages des commanditaires sont approuvés par nos partenaires et ne peuvent être changés!
  - Boîte à outils : annonces et messages Purex et Cashmere
- Évitez certains mots (algorithmes Facebook)
- Incluez une image avec vos messages!
- Ce que vous devez afficher sur votre page Facebook
  - Souvenez vous de votre accroche!

- Les gens souhaitent entendre parler...
- D'eux mêmes (événements passés / participants passés / meilleures équipes / meilleurs cueilleurs de dons)
- De leur communauté (autres équipes / commanditaires / statistiques)
- D'éléments humains – mettez votre appel à l'action sous forme de message que les gens liront!!!
- De faits étranges (c'est Internet après tout!)
  
- Faites parler les gens! Demandez leur :
  - Pourquoi ils marchent!
  - Des conseils en matière de collecte de fonds!
  - De partager une photo de leur équipe de l'an dernier
  - Quand ils ont reçu leur diagnostic
  - S'ils ont subi une opération
  - Ce qu'ils diraient à une personne qui vient de recevoir un diagnostic
  - Ce qu'ils préfèrent de la randonnée Gutsy en marche!
  
- Utilisez les comptes Facebook d'autres personnes pour étendre votre portée
- OBTENEZ D'ABORD LA PERMISSION DE LE FAIRE
- Commencez à suivre ces personnes maintenant – regardez leurs messages
- Envoyez vos messages de bienvenue / de remerciements / de reconnaissance d'équipe

**Stratégie : faites équipe avec vos commanditaires pour la présentation conjointe de vos marques!**

- Créez les annonces qui permettront de promouvoir notre randonnée Gutsy en marche sur leurs pages et d'obtenir leur soutien sur nos pages
- Obtenez les approbations nécessaires!
- Gardez les marques en évidence!
- Boîte à outils : Purex et Cashmere / annonces de Kruger pour Facebook et Twitter à venir
  
- Excellent pour les nouvelles locales – envoyez des gazouillis individuels aux centres de nouvelles en utilisant leur pseudonyme Twitter (@ckpgnews)
  - Dans votre message, donnez un lien vers votre communiqué en ligne
  - Boîte à outils : communiqués
- Excellent pour les communautés et la reconnaissance – utilisez vos mots-clés locaux (#princegeorge ou #thunderbay)
- Commencez maintenant : suivez les gens et les organismes pour voir les gazouillis qu'ils envoient et leurs réponses aux autres gazouillis

### **Calendrier : Que faire maintenant?**

- Mettez à jour vos pages dans les médias sociaux
  - Commencez à suivre les médias locaux
  - Élaborez votre liste de médias
  - Parlez à vos porte parole
  - Rassemblez vos ressources
  - Déterminez ce que vous devez faire pour votre randonnée
- 
- Parmi les questions suivantes, choisissez en trois; les réponses que vous y donnerez feront la plus grande différence pour VOTRE randonnée!
    - Quel est le plus important besoin?
    - Qui est le public cible?
    - Où le trouvez vous?
    - Menez les activités de recherche et de planification nécessaires
    - Livrez la marchandise

### **Calendrier : après l'événement**

- Les représentants du principal journal ne se sont pas présentés!
  - Envoyez leur votre communiqué post événement
  - Envoyez leur vos meilleures photos haute résolution (pas plus de deux ou trois)
  - Incluez une photo de votre porte parole en compagnie de votre député/MAL
- Donnez des nouvelles à tous vos commanditaires et équipes après l'événement!
  - Combien de fonds avez vous recueillis?
  - Combien de gens y avait il?
  - Ce que cela signifie!