

Comment passer à la télé

Entrevue avec Lili-Anne Dubois – Recherchiste TV

But de l’entrevue : *Offrir un mode d’emploi aux coachs, consultants ou formateurs d’améliorer leur visibilité avec une apparition à la télé.*

1- Présentation de Lili-Anne Dubois: Auteure, Astrologue, Formatrice et Recherchiste depuis plusieurs années. Lili-Anne a déjà fait plusieurs apparitions à la télé et elle côtoie régulièrement les artistes...

Alain Bouthillier est auteur, consultant et formateur en développement des affaires. Au cours de sa carrière il a fait également plusieurs apparitions à la télé.

2- En quoi consiste le travail de recherchiste

Les recherchistes s’occupent du contenu des émissions. Leur travail consiste à soumettre des idées et à trouver des personnes ayant de l’expérience dans la thématique choisie.

En vous présentant à eux, vous leur facilitez le travail.

3- Quelles sont les opportunités pour un coach, consultant ou formateur de faire une apparition à la télé avec leur expertise ? (Domaine de la santé, amour, famille, argent...)

Les opportunités d’augmenter votre visibilité à l’aide d’une apparition à la télé sont bien présentes et ne sont plus réservées exclusivement aux « artistes ».

Peu importe le domaine d’activité dans lequel vous êtes, il y a sûrement une émission de télé qui aborde votre thématique et que vous pourriez contacter.

Sachez que la plupart du temps, vous ne serez pas rémunéré pour votre entrevue. Par contre la publicité que ça vous procure et la notoriété que vous pouvez par la suite démontrer (site web et médias sociaux) en vaut vraiment la peine.

Petit mode d'emploi en 5 étapes pour vous faciliter la vie :

Étape 1 : CIBLER l'émission dans laquelle vous souhaitez être invité et dans laquelle vous avez de l'affinité en regard de votre expertise. Pourquoi ne pas cibler plusieurs émissions tant qu'à être dans le Momentum. Personne ne vous y en empêche.

Regardez la télé ainsi que les sites web des grands diffuseurs de votre région et devenez familier avec les différentes émissions.

Étape 2 : Faites une recherche sur internet avec le nom de l'émission choisie. Trouvez ensuite la « maison de production » qui est en charge de produire l'émission. Allez sur le site de la maison de production et regarder s'il n'y aurait pas le nom des recherchistes attirés à l'émission.

Si ce n'est pas le cas, vous appeler la réceptionniste et lui demandez le nom et coordonnées des recherchistes sur l'émission.

Étape 3 : N'appeler pas tout de suite directement la recherchiste. Rassemblez d'abord du contenu à montrer. Une description de qui vous êtes, une page Facebook, un site web, une page Instagram, une chaîne YouTube, des articles...

Démontrez à la recherchiste que vous avez déjà un certain «rayonnement». Si la recherchiste a le choix entre 2 candidats A et B, l'un qui a 45 personnes sur Facebook et l'autre 10,000 lequel croyez-vous qui va être choisi ?

Le candidat qui a le plus grand rayonnement va faire « rayonner » encore plus l'émission car il va en parler sur ses réseaux sociaux. La maison de production y voit son bénéfice.

Étape 4 : Prenez contact d'abord par courriel avec la recherchiste et présentez-vous. Proposez-lui quelques sujets qui pourraient être abordés lors de l'émission ainsi qu'un lien vers votre chaîne YouTube ou une vidéo de contenu qui met votre expertise en valeur.

Étape 5 : Attendez ensuite 2 semaines et si vous n'avez pas de réponse prenez contact par téléphone pour faire un petit suivi, pour savoir si votre matériel a bien été reçu. C'est un bon moment pour faire une bonne impression.

Faites-vous confiance. La recherchiste pourrait très bien vous dire : « Hey, ça tombe bien, nous avons justement besoin d'un invité comme vous pour notre prochaine émission ! »

Lors de l'entrevue télé

Lorsque vous êtes convoqué pour une entrevue télé, sachez que c'est un peu stressant. Il faut calmer notre mental et surtout se concentrer sur la valeur que les téléspectateurs vont retirer de notre entrevue.

Les gens qui vont vous recevoir sur le plateau sont pour la plupart très accueillants et sauront vous détendre.

Vous aurez eu l'occasion de discuter au préalable avec l'animateur, des questions à vous poser pour ne pas être pris au dépourvu. « On a 5 minutes avec toi, tu dois nous parler de abc, voici les questions que l'on va te poser... »

Une idée géniale est d'avoir avec vous votre appareil photo et de demander à quelqu'un sur le plateau de tournage de prendre des photos de vous lorsque vous êtes en ondes.

Faites-vous prendre également en photos en compagnie des artistes sur place. Vous pourrez reprendre ces photos et les intégrer à votre site web, brochure, médias sociaux...

Le fait d'être vu sur photos dans un studio de télé justifie vos tarifs professionnels et vous donne une belle crédibilité et notoriété.

Après l'entrevue télé

Demandez quels sont vos droits pour rediffuser votre segment d'émission dans lequel vous apparaissez. Vous pourriez avoir le droit de rediffuser sur votre site web ou médias sociaux.

De nos jours, de nombreuses émissions se retrouvent sur le web quelques jours ou semaines après la diffusion originale. Ça devient alors du contenu public.

D'autres chaînes « payantes » à abonnement, ne vous donneront probablement pas le droit de diffusion. Vérifiez tout de même.

Autre Stratégie de visibilité

Créez votre propre émission de télé. Plusieurs maisons de production pour des émissions de type « communautaires » sont à la recherche de bonnes idées d'émissions. Pourquoi ne pas en devenir l'animateur ? Ça pourrait vous faire une belle visibilité et vous attirer de nouveaux clients.

Tout le monde peut proposer une émission de télévision et l'animer.

Voici un exemple ici au Québec (MATV!)

- <http://matv.ca/page/mon-projet>
- Pour éventuellement proposer un projet de télé à une boîte de production, afin de l'animer ou de discuter du concept, c'est le même processus : cibler la boîte de production et contacter un producteur au contenu.

Vos prochaines actions :

Comme nous l'avons vu dans l'entrevue, pour maximiser vos chances d'être choisi par une recherchiste, vous devez d'abord produire du contenu sur le web qui apporte de la valeur à votre public cible.

Ce contenu sera capté par les engins de recherche tel Google, capté par vos meilleurs clients potentiels et capté par les recherchistes.

Une excellente façon de débiter est de vous inscrire à la formation en ligne « Pro en Demande » dans laquelle vous serez formé à créer du contenu générateur de clients.

Pour plus d'information, visitez www.proendemande.com

Vous pouvez rejoindre Lili-Anne pour ses services d'astrologie sur son site web : www.mademoiselleliliasastro.com