

01

A Practical Guide for Canadian Non-Profit Leaders

Introduction

Being media-ready is essential for senior executives, especially in the Canadian non-profit sector where your voice represents your organization's mission and values. Clear, confident communication builds trust, influences public perception, and drives support for your cause.

Effective media engagement involves preparing your key messages, understanding your audience, and delivering your story with authenticity. This guide provides practical tips to help you communicate with impact and navigate media interactions smoothly.

Media-Ready Executive Checklist

Think of a real moment or example that highlights the impact of your organization's work.

- **Ask clarifying questions:** Understand the topic, angle, interview format, and deadline to tailor your preparation effectively.

□	Review and refine key messages: Focus on clear, concise points that align with your organization's goals.
□	Prepare supporting points: Anticipate questions and have relevant facts, examples, and stories ready to support your messages.
□	Identify risks and sensitivities: Be aware of potential challenges or controversial topics and plan how to address them thoughtfully.
□	Align with communications leadership: Coordinate with your organizational communications team to ensure consistent messaging and approach.
□	Practice your top 3 points: Rehearse delivering your main messages confidently and succinctly to maintain control in any interview.

Building Your Executive Media Toolkit

Core Components:

	Key Messages Document: Clearly outline your main messages, core values, and organizational impact to stay consistent during interviews and media appearances.
	Organizational Factsheet & Impact Stats: Prepare a one-page summary with essential facts about your organization, recent successes, and impact data to support your messaging.
	Media Contact List: Maintain an updated list of journalists, reporters, and media outlets relevant to your sector and region for strategic outreach.
	Crisis Communication Protocols: Have clear guidelines and prepared statements for managing sensitive issues or crises swiftly and accurately.
	Interview Prep Notes & FAQs: Develop a document with anticipated questions, key points, and stock responses to stay confident and on message.
	Visual Aids & Personal Branding Tips: Use concise visual materials like infographics or photos to enhance storytelling. Cultivate a professional personal brand through consistent messaging, appearance, and online presence.

Interview Techniques for Senior Executives

Tips to make you more confident during interview with the media:

	Stay calm and composed: Take a moment before responding. Deep breaths and steady pacing help maintain control and confidence.
	Stay on message: Use bridging techniques to redirect conversations back to your key points—briefly acknowledge the question, then pivot.
	Handle tough questions: Listen carefully, answer honestly but strategically, and avoid speculation. Keep responses clear and focused.
	Use storytelling: Share brief, relevant stories to illustrate your points and create emotional connection with the audience.
	Know when to say “I don’t know”: It’s okay to admit if you don’t have an answer. Offer to follow up or direct to a more informed colleague, demonstrating transparency and professionalism.

Essential Bridging Phrases

Use these phrases to smoothly redirect or clarify during interviews:

	“What’s most important to remember is...”
	“Let me put it this way...”
	“The key takeaway is...”
	“That’s a great question, and here’s how we approach it...”
	“I’d like to add that...”
	“While that’s one aspect, what we’ve been focused on is...”
	“What matters most in this situation is...”
	“Let me emphasize again...”



“Before we continue, let me take a step back and repeat that...”



“That’s something I’m looking into, but what we are focused on is...”

Final Tips



Build relationships with journalists: Engage consistently and respectfully. Understand their beats and challenges, and offer valuable, relevant information to become a trusted resource.



Update your media toolkit regularly: Keep key messages, factsheets, contact lists, and crisis protocols current. Refresh interview prep materials to reflect evolving organizational priorities and media landscapes.

01

Guide pratique à l'intention des dirigeants d'organismes à but non lucratif canadiens

Introduction

Il est essentiel pour les cadres supérieurs d'être prêts à s'exprimer devant les médias, en particulier dans le secteur canadien à but non lucratif où votre voix est un représentant de la mission et de la valeur de votre organisme. Une communication claire et assurée renforce la confiance, influence la perception du public et suscite le soutien à votre cause.

Pour assurer l'efficacité de votre engagement médiatique, vous devez préparer vos messages clés, comprendre votre public et présenter votre histoire avec authenticité. Ce guide fournit des conseils pratiques pour vous aider à communiquer de manière percutante et à gérer efficacement vos interactions avec les médias.

Liste de contrôle pour dirigeant prêt pour les médias

Pensez à un moment ou à un exemple concret qui met en évidence l'impact du travail de votre organisme.

☐	Posez des questions pour clarifier les choses : Comprenez le sujet, l'angle, le format de l'entrevue et la date d'échéance afin d'adapter efficacement votre préparation.
☐	Révissez et affinez les messages clés : Concentrez-vous sur des points clairs et concis qui correspondent aux objectifs de votre organisme.
☐	Préparez les arguments à l'appui : Anticipez les questions et préparez des faits, des exemples et des anecdotes pertinents pour appuyer vos messages.
☐	Identifiez les risques et les éléments sensibles : Soyez conscient des défis potentiels ou des sujets délicats et prévoyez une manière réfléchie de les aborder.
☐	Alignez-vous avec la direction des communications : Coordonnez-vous avec l'équipe des communications de votre organisme afin d'assurer la cohérence du message et de l'approche.
☐	Entraînez-vous à présenter vos trois points principaux : Exercez-vous à transmettre vos messages clés avec assurance et concision afin de garder le contrôle lors de toute entrevue.

Construisez votre boîte à outils médiatique pour cadres supérieurs

Composants principaux :

☐	Document sur les messages clés : Présentez clairement vos messages principaux, vos valeurs fondamentales et l'impact de votre organisme afin de rester cohérent lors des entrevues et des apparitions dans les médias.
☐	Fiche d'information sur l'organisme et statistiques d'impact : Préparez un résumé d'une page contenant les informations essentielles sur votre

	organisme, vos récentes réussites et les données relatives à votre impact afin d'appuyer votre message.
?	Liste de contacts médias : Maintenez une liste à jour des journalistes, reporters et médias pertinents pour votre secteur et votre région afin de faciliter les communications stratégiques.
?	Protocoles de communication en situation de crise : Disposez de directives claires et de déclarations préparées pour gérer rapidement et avec précision les enjeux sensibles ou les crises.
?	Notes de préparation aux entrevues et FAQ : Élaborez un document contenant les questions prévues, les points clés et des réponses types afin de rester confiant et cohérent dans vos messages.
?	Supports visuels et conseils en image personnelle : Utilisez des supports visuels concis, tels que des infographies ou des photos, pour enrichir votre récit. Développez une image professionnelle cohérente grâce à des messages, une présentation et une présence en ligne uniformes.

Techniques d'entrevue pour les cadres supérieurs

Conseils pour vous aider à être plus confiant lors d'une entrevue avec les médias :

?	Restez calme et serein : Prenez un moment avant de répondre. Respirez profondément et adoptez un rythme régulier pour garder le contrôle et rester confiant.
?	Restez fidèle à vos messages : Utilisez des techniques de transition pour ramener la conversation sur vos points clés : reconnaissez brièvement la question, puis pivotez vers vos messages principaux.
?	Répondez aux questions difficiles : Écoutez attentivement, répondez honnêtement, mais de manière stratégique, et évitez les spéculations. Donnez des réponses claires et précises.
?	Utilisez la narration : Partagez des anecdotes brèves et pertinentes pour illustrer vos propos et créer un lien émotionnel avec votre public.



Sachez quand dire « Je ne sais pas » : Il n'y a pas de mal à admettre que vous n'avez pas la réponse. Proposez de faire un suivi ou orientez la personne vers un collègue mieux informé, en faisant preuve de transparence et de professionnalisme.

Phrases essentielles de transition

Utilisez ces expressions pour rediriger ou clarifier vos propos de manière fluide lors des entrevues :



« L'essentiel à retenir, c'est... »



« Permettez-moi de le formuler ainsi... »



« Le point clé à retenir est... »



« Excellente question, voici notre approche... »



« J'aimerais ajouter que... »



« Bien que ce soit un aspect, notre attention s'est portée sur... »



« Ce qui compte le plus dans cette situation, c'est... »



« Permettez-moi de souligner encore une fois... »



« Avant de poursuivre, permettez-moi de revenir en arrière et de répéter que... »



« C'est un point que j'examine, mais notre attention se porte sur... »

Conseils finaux



Établissez des relations avec les journalistes : Engagez-vous de manière cohérente et respectueuse. Comprenez leurs rythmes et leurs défis, et offrez-leur des informations précieuses et pertinentes afin de devenir une ressource fiable.



Mettez régulièrement à jour votre trousse à outils médiatique : Maintenez à jour vos messages clés, fiches d'information, listes de contacts et protocoles de crise. Actualisez les documents de préparation aux entrevues afin de refléter l'évolution des priorités organisationnelles et du paysage médiatique.