

СМИ-освещение и построение информационной кампании проекта



Средства массовой информации (СМИ) - система органов публичной передачи информации с помощью технических средств

Виды СМИ



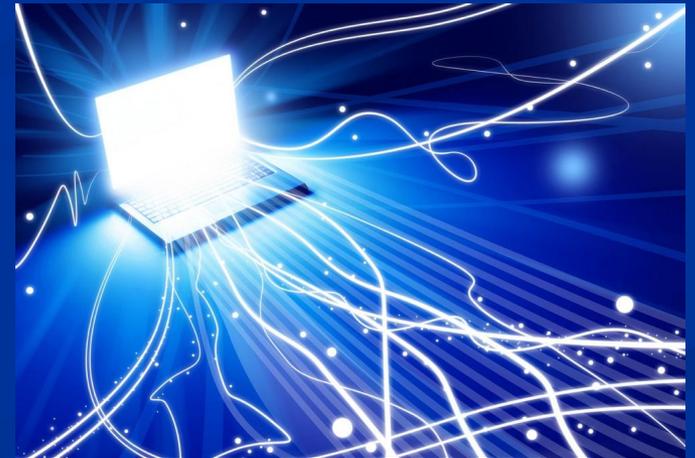
Газеты



Радио



Телевидение



Интернет порталы

3 правила заинтересовать журналиста

- Тренд: Какие события актуальны в регионе?
- Инфоповод: существенность, новизна, необычность
- Ньюсмейкер – человек, деятельность которого предполагает намеренную или ненамеренную публичность и вызывает устойчивый интерес СМИ.

С чего мы начинаем?

- Продвигайте историю проекта
- Задействуйте целевые местные СМИ
- Изучайте варианты, к кому из журналистов вы можете обратиться
- Ищем влиятельных людей и авторитетных блогеров
- Стартуйте раньше
- В материалах используйте фото хорошего качества и контактную информацию
- Появляйтесь в СМИ по завершению каждого этапа

Пресс-релиз

Пресс-релиз — сообщение для прессы; информационное сообщение, содержащее в себе новость об организации, выпустившей пресс-релиз, изложение её проектной деятельности и передача данной информации для публикации в СМИ.

Пишем пресс-релиз

■ Заголовок:

- краткий, четкий, по существу.
- жирный шрифт
- оформляется с заглавной буквы
- выделение ключевых слов поможет

составить правильный и вкусный заголовок

■ Основной текст

- дата, время, место проведения
- первое предложение должно быть интересным и передающим основную суть
- текст компактный
- первый абзац резюмирует пресс-релиз
- использование фактов

- **Текст должен быть ясно связан:** Кто, что, когда, где, почему и как - ответы на эти вопросы должны четко проинформировать читателя.
- После основных деталей заполните пробелы дополнительной информацией о людях, продукции, датах и т.д., связанной с новостями.
- Краткость - сестра таланта.
- Постарайтесь сделать пресс-релиз заслуживающим освещения в печати.

- В конце прописываем организаторов
- В конце указываем контактную информацию

Важные аспекты пресс-релиза

- наименование документа;
- заголовок (отражает тему и суть);
- текст пресс-релиза с указанием в первую очередь даты и места проведения события;
- контактные данные человека, который может предоставить уточнения по тексту (ФИО, e-mail, телефон).

Пишем пресс-релиз

Пресс-релиз (пресс-анонс)

I абзац (лид)

Когда? Где? Кто? Что? Почему? Как?

II-III абзац

Расширенная информация
по этим вопросам

III (IV) абзац

Цитата организатора
или иного лица

IV (V) абзац

Малозначительная
информация
или анонсы

Информация
для справки

Пост-релиз

- Это краткое информационное сообщение о мероприятии в прошедшем времени
- Выпускается и рассылается как можно раньше. Информация быстро устаревает