



РАБОТА
РОССИИ

Как организовать брифинг и пресс- конференцию

Алина Огнева

руководитель направления информационного обеспечения и коммуникаций Федерального центра компетенций в сфере занятости ВНИИ Труда Минтруда России

2023 год



Виды пресс-мероприятий

Пресс-конференция



Брифинг



Пресс-тур



Пресс-ланч



Круглый стол



Пресс-конференция — основное мероприятие для СМИ



Пресс-конференция — организованная встреча журналистов с представителями госучреждений, общественно-политических организаций, коммерческих структур



Цель:
предоставить широкому кругу СМИ информацию (важную для организаторов)

Организовывать пресс-конференцию следует в случае, если у вас есть тема, освещение которой важно для вашей организации. Или она сложна, вследствие чего рассказать о ней без уточняющих вопросов невозможно



Зачем пресс-конференция СМИ?

- получить информацию из первых рук
- проверить сведения
- уточнить версии с помощью вопросов

Подготовка пресс-конференции

1 Определите сильный инфоповод

2 Выберите спикера/спикеров
желательно тех, кто редко бывает доступен для журналистов

3 Приглашение должно быть направлено заранее — за два-три дня до пресс-конференции

В нём указывается следующее: тема мероприятия, место и время проведения, а также участники, телефоны контактных лиц, которые смогут ответить на любые вопросы журналистов по теме и предоставить всю необходимую информацию

4 Подготовьте раздаточный материал для СМИ:

- пресс-кит (информация о спикерах, об учреждении, дополнительные сведения, графики, таблицы, ссылки на различные материалы)
- пресс-релиз

5 В случае необходимости организуйте персональные подходы к спикерам по окончании пресс-конференции

Как выбрать оптимальное время для пресс-конференции



Убедитесь, не запланировано ли на это время какое-то событие, по масштабам явно превосходящее ваше. Журналисты не могут одновременно присутствовать в двух местах, и их выбор всегда будет сделан в пользу более крупного инфоповода



Желательно, чтобы конкуренты не анонсировали значимых событий на тот же день, иначе вам придется соперничать за внимание прессы



Не стоит планировать пресс-конференцию на даты, предшествующие крупным праздникам, с большим количеством выходных. Как правило, в такое время аудитория СМИ снижается.



Наиболее оптимальные дни для проведения пресс-конференции: понедельник — четверг



Лучшее время для пресс-конференции: с 11.00 до 16.00 включительно



Продолжительность пресс-конференции: 30-60 минут

Проведение пресс-конференции



Лучше выбрать небольшое помещение.
Так удобнее устанавливать контакт с участниками



Если есть возможность, не стоит ограничивать себя форматом стандартной пресс-конференции. Сделайте действительно качественное событие, у которого есть идея и креативная концепция. К примеру, вы можете выбрать нестандартную площадку, которая сама задаст интересный формат



Заранее определитесь с составом спикеров
и с темами их выступления



Подготовьте тезисы для спикеров,
разделите их темы



Раздайте материалы журналистам
(бумажный вариант или направьте
ссылку)



Подготовьте список журналистов



Модерируйте пресс-конференцию

Подготовка брифинга



Брифинг — это короткое оперативное выступление перед прессой по свежим следам важных событий



Основные отличия от пресс-конференции:

- Брифинг устраивают по оперативным поводам, когда нужно срочно проинформировать журналистов по общественно значимому вопросу (ЧП, общественный скандал, чтобы дать объяснение происшедшему)
- Организаторы могут ограничиться сообщением и не вступать в диалог с журналистами
- Отсутствует презентационная часть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов
- Пресс-конференция собирает большее количество журналистов, проводится более официально, затрагиваются только серьезные проблемы широкого общественного звучания