



Как организовать пресс- мероприятия?

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



Подготовьте список журналистов.
Если нужно, проведите аккредитацию



Раздайте материалы журналистам (бумажный вариант или направьте ссылку)



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

Пресс-ланч



Пресс-ланч — менее формальный, нежели пресс-конференция и брифинг, но довольно эффективный формат коммуникации с прессой



Участники:

узкий круг представителей СМИ из профильных изданий и первые лица компании



Темы для обсуждения:

- Проблемы, связанные с работой компании
- Новый продукт или услугу
- Значимый спецпроект

Возможна серия мини-интервью со спикерами

Зачем нужен формат пресс-ланча?



Инфоповод:

Не является срочным, сенсационным по своей сути



Требования к площадке:

- удобное территориальное расположение
- уютный, стильный интерьер
- комфортная внутренняя планировка
- хорошее меню и высокий уровень обслуживания



Когда провести?

День, свободный от громких премьер, презентаций, выставок, так, чтобы журналисту не пришлось разрываться между несколькими событиями одновременно



Материалы:

Короткое приветственное слово для спикеров

Пресс-тур



Пресс-тур — продолжительное мероприятие, цель которого получить объемные публикации в СМИ



Преимущество пресс-тура:

1. Меньшие затраты в сравнении с размещением рекламы в тех же СМИ, которые по итогам поездки опубликуют материал
2. Авторские статьи привлекают внимание читателей к продукту и компании, формируют положительное мнение



Для чего используется такой формат?

- Компания или организация хочет поближе познакомить общественность со своей деятельностью
- Рассказать о достижениях, истории
- Продемонстрировать значимый продукт
- Открытие нового производства

Особенности формата

1 Продолжительность:
от одного до трех дней

2 Включает в себя и формат пресс-конференции, где можно получить комментарий от первого лица, экскурсию и даже развлекательное мероприятие

3 Часто носит неофициальный характер и позволяет показать журналистам продукт и опробовать его; считается самой эффективной формой взаимодействия с журналистами

4 Позволяет сформировать пул лояльных журналистов и увеличивает возможность написания позитивных материалов о продукте в желаемых СМИ

5 Журналисты ждут от пресс-тура эксклюзивную и интересную информацию, которую можно узнать только в ходе поездки

Подготовка пресс-тура

Ключевые позиции по организации пресс-тура:



Организационная часть: сбор, встреча, трансфер, проживание, питание журналистов, сопровождении их по маршруту пресс-тура, включая все запланированные мероприятия



Место проведения, включая аренду конференц-залов, оснащенных необходимой аппаратурой



Разработка детального сценария с подробным таймингом



Подготовка героев для встречи с журналистами



Подготовка выступлений для спикеров



Подготовка сопроводительных материалов (пресс-кит)



Развлекательная программа



Экскурсии

Этапы подготовки пресс-тура



Этапы подготовки пресс-тура



Круглый стол



Круглый стол — это форма пресс-мероприятия, позволяющая обсудить какую-то идею или проблему, которая имеет высокий градус общественной значимости



Участники:

- Журналисты
- Представители организации
- Эксперты: представители науки, бизнеса, общественных организаций



Плюсы формата:

публикации авторских статей

Этапы подготовки:

1. Все вопросы и темы утверждаются с участниками заблаговременно, чтобы у приглашенных было время на подготовку
2. Заранее составляется план и прописывается очередность выступлений, а также их продолжительность
3. Число участников должно быть не более 15 человек, иначе люди просто не успеют высказать свою точку зрения и подискутировать с коллегами
4. У круглого стола обязательно должен быть модератор, который будет контролировать продолжительность выступлений и ход всего мероприятия