

ПРЕСС-ЛАНЧ, БРИФИНГ, ПРЕСС-ТУР И ПРЕСС-КЛУБ

Подготовила
Шайхалова Айшат

Пресс Тур

- ▣ **Пресс-туром** принято называть мероприятие, подготовленное службой по связям с общественностью организации специально для журналистов, рассчитанное на достаточно продолжительное время (несколько часов, день, несколько дней) с целью получить в результате публикацию объективных журналистских материалов о своей компании в средствах массовой коммуникации.



Особенно эффективно данный формат мероприятия работает в том случае, когда производственный процесс носит зрелищный характер, что позволяет журналистам написать яркий, интересный репортаж. Во время пресс-тура можно организовать пресс-конференцию или "встречу без галстуков" с руководителями и специалистами компании, которые дополнят увиденное полезными для журналистов цифрами и фактами, касающимися деятельности компании.

Как и пресс-конференция, пресс-тур является одной из самых эффективных форм взаимодействия с журналистами. Одним из главных преимуществ пресс-тура считается его неофициальный характер, то есть предоставленная журналистам возможность увидеть какое-либо событие изнутри, даже поучаствовать в нем. Это, в свою очередь, ведет к большей вероятности появления лояльных публикаций в СМИ.

Процесс подготовки пресс-тура включает несколько этапов:

- Четкая формулировка целей проведения пресс-тура (PR-служба согласует этот пункт с руководством компании);
- Определение времени и даты проведения пресс-тура, а также назначение людей, несущих ответственность за его организацию;
- Определение объектов осмотра для журналистов, а также назначение специалистов, которые будут давать все необходимые пояснения;
- Выбор маршрута пресс-тура и определение ответственных за проведение мероприятия на каждой из запланированных остановок;
- Составление списка приглашаемых журналистов, исходя из базы данных СМИ, а также предыдущих контактов с представителями прессы;
- Составление программы пресс-тура с учетом всех предыдущих пунктов;

- Рассылка предварительного пресс-релиза (анонса), а затем более подробного пресс-релиза (новостного) в СМИ;
- Уточнение по телефону окончательного списка участников пресс-тура (отказавшиеся журналисты, тем не менее, могут быть заинтересованы в рассылке подробных материалов о его проведении);
- Подготовка пресс-кита. Пресс-кит – это набор материалов, потенциально полезных для СМИ, включает бэкграунд, пресс-релиз, кейс-стори, обзорные статьи (Филатова О. Социология массовой коммуникации).
- Встреча и размещение журналистов (включая транспортные перемещения, бронирование мест в гостинице по необходимости и т. д.)
- Питание:
- Культурная программа для иногородних журналистов;
- Заключительная встреча журналистов с руководством компании и отъезд.

Пресс-завтрак или пресс-ланч



Пресс-завтрак – деловое мероприятие, имеющее целью широкий показ, презентацию нового продукта, инноваций компании-заказчика с участием приглашенных СМИ, пресс-служб, партнеров и клиентов. Последующий за выступлением спикеров и деловой частью легкий фуршет способствует неформальному общению, установлению дружеских отношений и общему повышению лояльности к бренду и к компании в целом.

Пресс-клуб

Данный формат предполагает регулярные встречи руководителей компании с целевым пулом журналистов. Клубные встречи проводятся, как правило, в уютном ресторане и состоят из официальной части, во время которой представителям СМИ сообщается о новостях организации, и неформального общения за дружеским ужином, нередко дополненным развлекательной программой.



Пресс-конференция

- Наиболее популярная форма взаимодействия со СМИ. Обычно к этому формату прибегают в том случае, когда возникает необходимость сообщить о значимом событии, связанном с компанией, максимальному количеству изданий. Если тема пресс-конференции действительно носит важный для общества характер, на нее может придти несколько десятков журналистов, что гарантирует большой поток публикаций.



Структура пресс-конференции:

- вводная часть (продолжительность 3-4 минуты);
- приветствие;
- объяснение причин проведения;
- программа;
- представление выступающих;
- информация о материалах, представляемых прессе (пресс-кит).

Выступления (выступающих должно быть не более двух, с максимальной продолжительностью доклада или сообщения 10 минут для каждого выступающего).

Брифинг

По формату он напоминает пресс-конференцию с той разницей, что после короткого сообщения руководства компании о значимом событии ответы на вопросы журналистов не предусмотрены.



Сравнительная таблица

Пресс-конференция	Брифинг
Что общего между ними?	
Оба мероприятия предполагают общение официальных лиц с журналистами	
В чем разница между ними?	
Проводится с целью ознакомления сообщества с точками зрения официальных лиц касательно известных событий	Проводится, как правило, с целью ознакомления сообщества с известными событиями — о них информируют журналистов официальные лица
Длится порядка 1,5-2 часов	Длится порядка 30-40 минут
Может предполагать рассмотрение 1-2 тем	Может предполагать рассмотрение достаточно большого количества тем
Предполагает приглашение большого количества журналистов	Предполагает приглашение журналистов нескольких СМИ — главным образом тех, которые имеют большую аудиторию



СПАСИБО!))