

# Принципы Подготовки и Проведения Пресс Конференции

Егиазарян Оганес  
ОБ14-15



# Подготовка :

- 1. Креативная (концептуальная) часть пресс-конференции.
- Рекомендуемый срок: как минимум за 2 недели до мероприятия!
  
- 2. Подготовка основных документов пресс-конференции:
- Сценарий (где будут прописаны основные идеи),
- Тайминг (в нем отражено примерное время каждого пункта сценария).
- Пресс-релиз акции и анонс пресс-конференции.
- Рекомендуемый срок: как минимум за 2 недели до мероприятия!
- Речь ведущего и спикеров пресс-конференции (если они известны).
- Рекомендуемый срок: как минимум за 1 неделю до мероприятия!

## Анонсы :

В вашей фирменной рассылке перед пресс-конференцией должно выйти как минимум 2 анонса предстоящего мероприятия, в которых раскрывается уникальность и интересные подробности, указываются спикеры (если они известны), указывается место и время проведения пресс-конференции, даются контакты пресс-менеджера, занимающегося аккредитацией. Также развернутые анонсы в прессе с правильным позиционированием позволят обеспечить приход журналистов на вашу пресс-конференцию.

- Рекомендуемый срок: как минимум за 3 недели до мероприятия!

## Техническое оснащение :

- Обязательной частью данного этапа является осмотр площадки и проверка местного технического обеспечения и функционирования оборудования, необходимого для качественного проведения пресс-конференции (свет, звук, необходимое количество микрофонов и их работа, экраны, достаточное количество стульев, наличие комнаты/места для эксклюзивных интервью, работающие розетки, маршруты движения, расположение VIP- и пресс-зон, охрана и т.п.).
- Рекомендуемый срок: как минимум за 1 неделю, за 1 день – контрольная проверка.



## Распределение функций:

- В день, накануне конференции, ответственный пресс-менеджер проводит общее собрание со всеми участниками конференции со стороны организаторов. На собрании проговариваются сценарий пресс-конференции, дресс-код, распределяются обязанности каждого сотрудника, работающего на мероприятии, и время прихода на место проведения конференции. Здесь же назначается человек, который отвечает за работу с микрофонами. Ему даются четкие указания на тему того, как и что делать (спрашивать, какое издание и какой вопрос, и т.д.). Также назначается человек, который будет контролировать месторасположение фотографов (они должны находиться не менее чем на 2 метра от спикеров). Список эксклюзивных интервью должен быть на руках задолго до начала конференции, самое главное – «эксклюзивы» должны быть четко распределены по времени! Среди ответственных должны быть люди, которые будут отвечать за доступом в различные зоны, включая гримерки. Следует не забыть о таких мелочах, как таблички для спикеров с указанием ФИО и должностей, бейджах.
- Рекомендуемый срок: за 1 день.

## Репетиция пресс-конференции :

- У всех участников мероприятия (руководства, спикеров, ответственного пресс-менеджера, технических людей и т.д.) во время репетиции должен быть актуальный план пресс-конференции. Как правило, такие «пробные мероприятия» позволяют найти слабые места в организации, после чего можно все отработать и исправить!
- Рекомендуемый срок: за 1,5-2 часа до начала пресс-конференции



## Подведение итогов:

После окончания пресс-конференции нужно проанализировать успехи и ошибки, допущенные при ее проведении.

Подготовка пост-фактума. Необходимо не забыть об этом важном пункте PR.

Размещение пост-фактумов и пресс-клиппинг по итогам пресс-конференции.

Корректировка документации по проекту (пресс-релизов, позиционирования) в соответствии с прошедшим мероприятием.

- Идеальная пресс-конференция должна «явить» собой выполнение следующих задач:
- максимальное количество развернутых анонсов с правильным позиционированием
- создание и реализация запоминающейся «фишки» (уникальность!)
- безупречно подготовленные с помощью предшествующих медиа-тренингов спикеры пресс-конференции (как минимум, с



конференции в СМИ

